



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología
Código Senescyt 2397

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**DISEÑO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO EL TÍTULO DE
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN**

TEMA:

**PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL DE EVENTO
PARA LA RECUPERACION DE CLIENTES EN LA EMPRESA DIDI'S –
SHOW DE FIESTAS INFANTILES Y EMPRESARIALES.**

Autor:

Steven Giovanni Castro Barthon

Tutor:

Ing. Com. Marlo López Perero Mba.

Guayaquil – Ecuador

2019



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología
Código Senescyt 2397

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios quien supo guiarme y darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se me presentaban.

A mis padres Doris y Geovanny ya que gracias a ellos soy lo que soy, por su apoyo, consejos, comprensión, ayuda en los momentos difíciles y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar.

A mis docentes, gracias por su tiempo, por su apoyo y por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

Castro Barthon Steven Geovanny

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haberme dado salud, fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida, además de su infinita misericordia y amor.

A mis padres por ser el soporte y pilar fundamental y siempre estuvieron presentes aplaudiendo mis logros y corrigiendo mis faltas.

A mi familia en general, por su cariño y confianza que siempre han tenido en mí para lograr mis objetivos.

Instituto Tecnológico Bolivariano para poder estudiar mi carrera y obtener conocimientos científicos y morales.

A mis docentes, por el apoyo y colaboración oportuna en el desarrollo del proceso de mi investigación.

A mi tutor, Ph.D. Simón Alberto Illescas Prieto, por la perseverancia y asesoramiento para realizar este proyecto.

Castro Barthon Steven Giovanni



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología
Código Senescyt 2397

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de una estrategia organizacional de evento para la recuperación de clientes en la empresa Didi’s – show de fiestas infantiles y empresariales”**. Y problema de investigación: **¿Cómo incide la inestable organización de eventos en la disminución de clientes de la empresa de Didi’s – show orientada a fiestas infantiles, en el cantón Guayaquil en el periodo 2019?**, presentado por **Steven Giovanni Castro Barthon** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

Tutor:

Castro Barthon Steven Giovanni Ing. Com. Marlo López Perero Mba.

**CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN
DE TRABAJOS DE TITULACIÓN**



Yo, **Castro Barthon Steven Giovanni**, en calidad de autor, con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación, **Propuesta de una estrategia organizacional de evento para la recuperación de clientes en la empresa Didi's - show de fiestas infantiles y empresariales**, de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Castro Barthon Steven Giovanni

Nombre y Apellidos de la Autor

Firma

No. de cedula:

092640029



Factura: 001-004-000081067



20190901008D02558



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901008D02558

Ante mí, NOTARIO(A) LUZ MARINA VASQUEZ CRUZ de la NOTARIA OCTAVA , comparece(n) STEVEN GIOVANNY CASTRO BARTHON portador(a) de CÉDULA 0926400029 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de PETICIONARIO(A); quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION DE TRABAJOS DE TITULACION, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial - El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 4 DE OCTUBRE DEL 2019, (11:41).

Steven Castro



STEVEN GIOVANNY CASTRO BARTHON
CÉDULA: 0926400029

Luz Marina Vasquez Cruz

NOTARIO(A) LUZ MARINA VASQUEZ CRUZ
NOTARIA OCTAVA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0926400029
Nombres del ciudadano: CASTRO BARTHÓN STEVEN GIOVANNY
Condición del cedulado: CIUDADANO
Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR
(SAGRARIO)
Fecha de nacimiento: 13 DE DICIEMBRE DE 1997
Nacionalidad: ECUATORIANA
Sexo: HOMBRE
Instrucción: BACHILLERATO
Profesión: ESTUDIANTE
Estado Civil: SOLTERO
Cónyuge: No Registra
Fecha de Matrimonio: No Registra
Nombres del padre: CASTRO MORA GIOVANNY EMILIO
Nacionalidad: ECUATORIANA
Nombres de la madre: BARTHÓN MACÍAS DORA LELIA
Nacionalidad: ECUATORIANA
Fecha de expedición: 4 DE ABRIL DE 2016
Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 4 DE OCTUBRE DE 2019
Emisor: IRANIA ALLYSON MORALES CEPEDA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 8 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 192-266-45158



192-266-45158

Ldo. Vicente Talano G.
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



REPUBLICA DEL ECUADOR
 DIRECCION GENERAL DE REGISTRO CIVIL
 IDENTIFICACION Y CALIFICACION

092640002-9

EDAD: 24
 CIUDADANIA: ECUATORIANA
 APELLIDOS Y NOMBRES: CASTRO BARTHON STEVEN GIOVANNY
 USUARIO DE NACIMIENTO: GUAYAS
 GUAYAS
 SOLIVAR, SAGRADO
 FECHA DE NACIMIENTO: 1997-12-13
 NACIONALIDAD: ECUATORIANA
 SEXO: M
 ESTADO CIVIL: SOLTERO




REPUBLICA DEL ECUADOR
 DIRECCION GENERAL DE REGISTRO CIVIL

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE: CASTRO MONA GIOVANNY ENRIQUE
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE: BARTHON MACIAS DOÑA LUCIA
 USUARIO Y FECHA DE EMISION: GUAYAS
 CIUDADANIA: ECUATORIANA
 FECHA DE EMISION: 2018-04-24




CERTIFICADO DE VOTACION
 24-MARZO-2019

0077 M 0077 - 998 092640002-9

CASTRO BARTHON STEVEN GIOVANNY

PROVINCIA: GUAYAS
 CANTON: GUAYAQUIL
 PROTECCION: 1
 PARROQUIA: XIMENA
 EDAD: 1





ELECCIONES
 SECUNDARIAS Y OCES
2019

CIUDADANÍA
 ESTE DOCUMENTO
 ACREDITA QUE
 USTED SUFRA
 EN EL PROCESO
 ELECTORAL 2019


 PRESIDENTE DE LA JES

DOY FE: Que esta fotocopia es igual al documento original.

Guayaquil, 4 OCT 2019

Luz Marina Viquez Cruz
 Notaria Pública
 del Cantón Guayaquil



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.*

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

INTRODUCCIÓN

El Instituto Tecnológico superior Bolivariano en su afán de capacitar profesionales de calidad en el área de Administración de Empresas está capacitado para emprender nuevos proyectos de negocios y generar fuentes de trabajo.

Las animaciones infantiles son un conjunto de acciones de individuos y grupos humanos que llevan a la ciudadanía a involucrarse para participar Con el objetivo de brindar un servicio novedoso y original por medio de dinámicas, juegos innovadores y recreativos para alcanzar un nivel de posicionamiento alto en el mercado.

Tomando en cuenta la tasa de animaciones en Ecuador se consideró la idea de ofrecer un servicio personalizado en lo referente a la organización de eventos infantiles y empresariales, los cuales incluirá animación, decoración, envío de tarjetas, adecuación de sus locales con el objetivo de garantizar el éxito del evento.

Este trabajo de investigación ha sido seleccionado con el afán de evaluar y desarrollar un nuevo modelo de negocio en la empresa de animaciones infantiles y empresariales Didi's Show.

Por lo anteriormente mencionado el autor del siguiente trabajo de graduación pretende evaluar la situación de mercado y financiera de la empresa Didi's Show lo cual permitirá cubrir necesidades de inversión y puesta en marcha del proyecto con el fin de conseguir los objetivos planteados



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Administración de Empresas

Tema

“Propuesta de una estrategia organizacional de evento para la recuperación de clientes en la empresa Didi’s – show de fiestas infantiles y empresariales”.

Autor: Castro Barthon Steven Giovanny

Tutor: Ing. Com. Marlo López perero Mba.

RESUMEN

El propósito de esta investigación es recuperar clientes de la empresa Didi’s Show, implementando estrategias y cubriendo todos los campos que requiere un usuario al momento de requerir nuestros servicios, con esta propuesta se beneficiara el cliente y la empresa, este proyecto se justifica porque Didi’s Show, no está brindando un servicio completo por lo que está afectando las finanzas lo que requiere una atención especial para el éxito de la misma.

Palabras claves:

Servicios

Recuperar

Finanzas

Exito



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Administración de Empresas

Tema

“Propuesta de una estrategia organizacional de evento para la recuperación de clientes en la empresa Didi’s – show de fiestas infantiles y empresariales”.

Autor: Castro Barthon Steven Giovanny

Tutor: Ing. Com. Marlo López perero Mba.

ABSTRACT

The purpose of this research is to recover customers of the Didi’s Show company, implementing strategies and covering all the fields that a user requires when requesting our services, with this proposal the client and the company will benefit, this project is justified because Didi’s Show, is not providing a complete service for what is affecting the finances, which requires special attention to its success.

Keywords:

Services

Recover

Finance

Success

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
TEMA:.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	ix
INTRODUCCIÓN	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
ÍNDICE GENERAL.....	x
EL PROBLEMA.....	1
Planteamiento del problema	1
Ubicación del problema en un contexto.....	3
Situación conflicto.....	5
Formulación del problema	7
Evaluación del problema	7
Variables de la investigación	7
Delimitación del problema	7
Objetivos de la investigación	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos	8
Justificación e importancia.....	8
Justificación social	9
Metodología.....	9
CAPÍTULO II.....	12
MARCO TEÓRICO	12
Antecedentes Históricos	12
Fundamentación legal	21

Definiciones conceptuales	26
CAPÍTULO III	32
MARCO METODOLÓGICO	32
Diseño de la Investigación	32
Datos de la empresa.....	32
DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	38
Tipos de Investigación	39
Población.....	39
Tipos de muestreo	42
Tipos de muestreo no probabilístico	45
Encuesta.....	49
Entrevista.....	49
CAPÍTULO IV.....	56
ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	56
PLAN DE MEJORA.....	69
DESARROLLO DEL PLAN DE MEJORA	71
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES.....	73
BIBLIOGRAFIA	74
ANEXOS	76

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

En las distintas épocas ha existido la necesidad de celebrar con familiares y amigos alguna fecha especial: cumpleaños, bodas, primera comunión y graduaciones entre otras.

Actualmente, el sector de servicios es muy dinámico, en especial la rama dedicada a la organización de eventos infantiles, la cual integra servicios de planeación, logística y operación de diversos servicios inesperados al tema, tal es el caso de música, piñatas, bolsitas de dulces, arreglos temáticos del salón y demás necesidades de las familias para el evento social infantil.

Este proyecto surge de la necesidad de brindar un servicio y espacios para la organización de eventos sociales infantiles con la finalidad de que la familia disfrute de la convivencia de amigos y familiares.

Los latinos somos famosos por celebrar a lo grande: con mucha comida, música y alegría. Los estadounidenses, en cambio, suelen festejar de forma más ordenada y práctica. Las fiestas aquí en nuestros países difieren en muchos aspectos, y es natural que algunas de las costumbres de los Estados Unidos nos extrañen. De la misma forma, y aunque seguramente se divertirían como nunca, es posible que a algunos de tus invitados norteamericanos les sorprendan tus tradiciones cuando hagas una fiesta en tu casa.

Antes de la aparición de las agencias de festejos, necesariamente las fiestas y eventos eran organizados por los propios anfitriones con la colaboración de familiares y amigos, sin utilizar los servicios de terceros.

Es por eso que se propone el servicio integral de decoración y diseño para eventos y espacios infantiles, en el cual siempre se va a partir de un concepto para desarrollar una idea de manera creativa y poder así plasmarla en los diferentes ambientes en los cuales se va a trabajar con mucha creatividad e imaginación.

Paralelamente a las empresas de animaciones han sugerido un sinnúmero de agencias dedicadas al catering para fiestas y eventos, pero estas empresas en su mayoría se limitan a hacer una oferta de servicios y opciones culinarias a las cuales el cliente necesariamente debe adaptarse, sin dejar mayor margen o flexibilidad para la satisfacción de necesidades y requerimientos particulares.

Hoy por hoy, ese deseo de celebrar con las personas más allegadas persiste, pero la poca disponibilidad de tiempo hace que los preparativos para la celebración se hagan un tanto apurados, generando que el anfitrión este en un nivel de stress y no le permita disfrutar a plenitud de los preparativos y en muchos casos ni de la fiesta.

Otro detalle que crea preocupación en el dueño del evento es encontrar algo novedoso que ofrecer a sus invitados, que hagan la diferencia con respecto a otras fiestas del círculo social o inclusive con respecto a otro evento organizado por el propio cliente.

Con base a la necesidad dominante de estos tiempos de querer celebrar los momentos especiales, de lucirse con algo novedoso, de contratar servicios y productos de calidad al mejor precio que se adapten a las exigencias del cliente, surge la idea de una empresa que se encargue completamente del punto más importante del evento; la comida. Cuidando cada parte del proceso.

La organización de una fiesta o evento de cualquier tipo deja de ser una tarea frenética y fastidiosa para los potenciales clientes, de manera que ellos puedan contar con un servicio de catering hecho a su medida y con calidad, brindándoles así tranquilidad y confort en los eventos más

importantes de su vida, permitiéndoles cuidar los pequeños detalles y disfrutar el placer de ser un invitado más en su fiesta.

Es muy importante innovar en el servicio para poder diferenciarnos de la competencia, los beneficios que aportamos con nuestro negocio es ofrecer un servicio integral que permita que organicemos un evento por nuestros clientes y así solucione sus necesidades de ahorrar, tiempo, dinero y esfuerzo. Pero sobre todo ofreciendo un servicio con la más alta calidad ya que es uno de los puntos más débiles que existen tratándose de la organización de eventos sociales.

Actualmente en la ciudad de Guayaquil, existen infinidad de empresas que ofrecen servicios para eventos, por lo general esto da opción a que la misma gente organice sus eventos ya que muchos de ofrecen las cosas por separado, o porque el evento les salga más barato, sin embargo en muchas ocasiones esto no les da la calidad ni el precio que esperaban del mismo esto debido a que actualmente vivimos en un ritmo de vida acelerada y no se nos da el tiempo de obtener esos resultados que queremos, por lo cual es necesario contar con una empresa que nos ayude de la organización total, esto evitara que nuestro cliente deba preocuparse por cualquier eventualidad que se presente durante el mismo.

Los servicios que ofrecerá “Didi’s - Show” se tomara en cuenta desde que el cliente hace una llamada para solicitar nuestro servicio hasta que el servicio termina. Es decir agregaremos valor a través de las personas y los procesos.

Por lo tanto empezaremos primordialmente contando con un equipo de trabajo que esté capacitado para lograr transmitir una cultura de servicio.

Ubicación del problema en un contexto

El éxito al organizar un evento depende de una serie de elementos que deben ser tenidos en cuenta por el organizador. La falta de información, falta de atención o incluso el abandono, muchas empresas terminan

cometiendo errores comunes. Tales ideas erróneas se describen a continuación.

1.- Dejar todo para el último momento

Una de las mejores decisiones para aquellos que desean evitar los errores más comunes es anticiparse a la hora de planificar el evento.

2.- No saber la cantidad de invitados

El número de personas que asistan al evento debe estimarse tan pronto como sea posible, después de todo, a partir de esta cantidad se definirán varios factores, como el lugar donde la fiesta se llevara a cabo.

Los costos estimados se llevaran a cabo mediante combos o paquetes para que el cliente, tenga más en claro el servicio que le estamos ofreciendo y pueda elegir el que más se adapte a su requerimiento.

3.- No tener un plan B

Como lo imprevisto le puede pasar a cualquiera, es esencial que usted tenga un plan B para planificar una fiesta. Para estar seguros, todo lo que pueda ir mal y como se pueda solucionar, es mejor prevenir en lugar de perder el tiempo para resolver los problemas y estresarse.

4.- Tener cuidado al momento de elegir la ubicación

En la etapa de elegir el lugar de la fiesta, no solo considere lo obvio, es decir, la capacidad de las personas. Por supuesto esto es importante, sin embargo, uno de los errores más comunes que se producen, es olvidar que hay otros factores que influyen en el éxito del evento, como por ejemplo como la gente puede llegar al lugar deseado.

5.- No identificar el público objetivo de la fiesta

Este error puede dar lugar a enormes inocentadas como sugerir regalos o trajes que no pueden ser adquiridos por el público objetivo de la fiesta. Si comete este error, aumenta el riesgo de que los invitados no acudan, sobre todo porque no se sentirán cómodos al ir sin regalos o sin ropa específica.

Situación conflicto

En el sector de la ciudadela La Garzota, en el norte de Guayaquil, existen alrededor de 15 locales de animaciones para festejar cumpleaños de niños en los cuales se ofrece una amplia gama de servicios para la realización de eventos. En otros sectores también existen locales de este tipo, pero La Garzota está el mayor número.

Las costumbres han evolucionado y entre ellas la forma de festejar las reuniones familiares, ya sean fiestas de cumpleaños o graduaciones. Destaca además que los distintos locales de fiestas infantiles para estos eventos tienen diferentes valores, según el lugar, tamaño y servicio ofrecido; en ello radican los ingresos o disponibilidades de los arrendatarios.

En el medio de la organización de eventos se observa el siguiente efecto último, alta tasa por el ineficiente proceso de organización de eventos generan reducidos clientes en la empresa Didi's – Show del cantón Guayas en el año 2019.

Esto es consecuencia de la reducida demanda provocada por la escasa inversión en marketing, además otra manifestación es la limitación de ingresos en la empresa, inducida por la condición de recursos económicos, incitado por el bajo presupuesto para el desarrollo del emprendimiento y por último el escaso conocimiento de las políticas nacionales.

En el entorno se puede observar que para dar los primeros pasos para la organización de la fiesta de cumpleaños deben ser dados con mucha atención. Si tu hijo todavía es un bebe, es obvio que serán los padres los que decidirán que van hacer.

A partir de los 3 o 4 años de edad, es conveniente que escuchen que escuchen las opiniones de los niños, para que puedan expresar sus deseos e ilusiones. Juntos pueden decidir qué tipo de fiesta quieren, a quien desean invitar, qué van a comer, y que tipo de actividad o juego quieren hacer.

Actualmente ha salido una alternativa a la hora de organizar las fiestas infantiles. Quizás muchos no estamos dispuestos a cargar con la ardua tarea de organizar un evento social en nuestra casa, con el escándalo que eso conlleva. Por ello se han creado los llamados salones de eventos. Allí te organizan toda la fiesta, comida incluida y además ofrecen un amplio espacio para que jueguen los niños. Económicos no son, pero sí muy práctico.

Total esto es generado por el ineficiente proceso de organización de eventos generados por los reducidos clientes en la empresa Didi's – Show del cantón Guayas en el año 2019.

Debido al mal manejo del marketing publicitario, el requerimiento del servicio se ha visto afectado, a continuación en un estándar de investigación de años atrás, la empresa se ha dado cuenta que para el año 2017 firmaba más contratos teniendo el 80% de aceptación dentro del mercado, pero en la actualidad esto se ha visto afectado. Teniendo así un déficit en el servicio, en el periodo 2019 la firma de contratos ha disminuido en un 40% y la empresa se ha visto en decaimiento notorio, por lo cual busca un plan organizacional y recuperar clientes.

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (Palella & Martins, 2010)

Formulación del problema

¿Cómo mejorar el proceso de organización de eventos para incrementar los clientes en la empresa de Didi's – Show, ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el periodo 2019?

Evaluación del problema

Delimitado.- ineficiente proceso de organización de eventos generan reducidos clientes en la empresa Didi's – Show.

Claro.- debido al proceso de organización de eventos, es notorio que la empresa Didi's – Show, desea incrementar los clientes.

Evidente.- no tener mucha acogida debido a las limitaciones de marketing, provoca que los ingresos sean ineficientes.

Concreto.- no hay muchos ingresos, por la escasa demanda.

Original.- este es un problema de una empresa joven, que lo identificaron y lo quieren mejorar para poder incrementar sus ingresos.

Contextualmente.- organizar diferente tipos de eventos, para esto se llevara mayor inversión el marketing, para que la gente puedan apreciar los diversos sitios, en los cuales hemos realizado los eventos.

Factible.- el grupo que conforma Didi's – Show, está pendiente de la inversión que va a demandar desarrollar el proyecto.

Variables de la investigación

Variable independiente: proceso de eventos

Variable dependiente: incrementar clientes

Delimitación del problema

- ✓ **Campo:** Administración
- ✓ **Área:** Proceso de clientes de eventos
- ✓ **Aspectos:** Incrementar clientes
- ✓ **Contexto:** La empresa Didi's – Show

Tema: propuesta de una estrategia organizacional de eventos para la empresa Didi's – Show de fiestas infantiles y empresariales.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Desarrollar una estrategia organizacional de eventos para incrementar los clientes en la empresa de Didi's - Show.

Objetivos Específicos

1. Fundamentar desde la teoría de la ciencia administrativa la estrategia organizacional de eventos en función de incrementar los clientes de la empresa.
2. Diagnosticar mediante el uso de la metodología de investigación el estado actual del proceso de organización de eventos de la empresa de Didi's - Show.
3. Estructurar la estrategia organizacional que incremente los clientes en la empresa de Didi's – Show.

Justificación e importancia

El presente plan de negocios se justifica en la importancia de crear una empresa que ofrezca productos y servicios enfocados a todo público en general, con poco tiempo disponible en la organización de realizar a una fiesta garantizando una atención personalizada y exclusiva para que su evento no sea repetitivo, brindar un servicio innovador, satisfacer la demanda y dar un crecimiento al mercado.

Se tiene como finalidad posicionar a Didi's – Show, en el amplio mercado de esta forma captar una cantidad importante de clientes siendo el sostén de la empresa salvaguardado por un control interno que avale el cumplimiento de leyes y normas asegurando un mejoramiento continuo desde el inicio de la empresa.

El proyecto se desarrollara en la provincia d Guayas, en el cantón Guayaquil. DIDI'S SHOW está ubicada en el sur de Guayaquil, en la Isla Trinitaria Coop. Vencer o Morir II Mz 169 S13, considerada el puerto principal y gran eje comercial, pese a que actualmente todas las empresas pequeñas, medianas y grandes empresas sufren de una problemática latente debido a la crisis económica mundial, al alto índice de delincuencia que limita la inversión extranjera y que no permite a las empresas inyectarse de capital y así seguir creciendo. (Arriaga, 2011)

Justificación social

El estudio aportara información actualizada de lo que la gente quiere, gusta y prefiere para sus eventos sociales o empresariales. Sin embargo, este será un documento de vital importancia para la empresa, puesto que con ello, conocerán las opciones del público objetivo al cual se merecen y para el que, deben estar siempre a la vanguardia con la de sus servicios.

Metodología

Método de observación empírico

Se basa en la experimentación y la lógica empírica, que junto a la observación de fenómenos y su análisis estadístico, es el más usado en el campo de las ciencias sociales y en las ciencias naturales.

Su aporte al proceso de investigación es resultado fundamentalmente de la experiencia. Estos métodos posibilitan revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio, accesibles a la detección censo perceptual, a través de procedimientos prácticos y diversos medios de estudio. Su utilidad destaca la entrada en campos inexplorados o en aquellos en los que destaca el estudio descriptivo.

Método descriptivo

Es uno de los métodos cualitativos que se usan en investigaciones que tienen como objetivo la evaluación de algunas características de una población o situación en particular. En la investigación descriptiva, el objetivo describir el comportamiento o estado de un numero de variables.

El objetivo de esta clase de métodos es ir obteniendo los datos precisos que se puedan aplicar en promedios y cálculos estadísticos que reflejan, por ejemplo, tendencias.

Método explicativo

Buscan encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este.

Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Asimismo, debe señalar las razones por las cuales el estudio puede considerarse explicativo.

Método correlacional

Consiste en la búsqueda de algún tipo de relación entre dos o más variables, y en qué medida la variación de una de las variables afecta a la otra, sin llegar a conocer cuál de ellas puede ser causa o efecto. La información que se recoja sobre las variables involucradas en la relación comprobará o no esa relación, en cuanto a su magnitud, dirección y naturaleza.

El método correlacional permite estudiar fenómenos que no son susceptibles de manipulación al ser constructos hipotéticos como la inteligencia, la personalidad.

Método inductivo

Es el estudio de las pruebas que permiten medir la probabilidad de los argumentos, así como de las reglas para construir argumentos inductivos fuertes. A diferencia del razonamiento inductivo no existe acuerdo sobre cuando considerar un argumento válido. De este modo, se hace uso de la noción de fuerza inductiva, que hace referencia al grado de probabilidad de que una conclusión sea verdadera cuando sus premisas son verdaderas. Así un argumento inductivo es fuerte cuando es altamente improbable que su conclusión sea falsa si las premisas son verdaderas.

Método deductivo

Es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. Según el método deductivo, la conclusión se halla dentro de las propias premisas referidas o, dicho de otro modo, la conclusión es consecuencia de esta.

- **Método deductivo directo.**- es aquel en que el juicio se produce a partir de una única premisa, sin que esta sea contrastada con otras.

- **Método deductivo indirecto.-** es aquel en el que la primera premisa contiene la proposición un universal, y la segunda una de carácter particular.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

Antigüedad

El origen de los eventos se remonta al año 2,700 A.C. en Tyre una ciudad fenicia del Mediterráneo, pero fue en Delfos ciudad de la antigua Grecia, que se comenzaron a celebrar las primeras ferias. Posteriormente los romanos tomaron de los griegos esta modalidad extendiéndola por toda Europa a medida que iban contribuyendo su imperio. Las ferias cantaban con una frecuencia anual y surgieron de un modo espontáneo generado por la necesidad o ley natural de unir la oferta con la demanda, además de la necesidad de conectarse entre individuos.

De allí provienen algunos términos de la organización de eventos, feria que proviene del latín (feriae) que significa vacaciones, el objetivo de su celebración era la venta de bienes y servicios. Y “exhibición” o “exposición” también del latín (expo sitio) que significa exponer. Los términos feria y expo son utilizados actualmente por las empresas para referirse a eventos para promocionar y vender sus productos o servicios.

Durante la antigüedad surgió uno de los eventos deportivos más importantes de todos los tiempos, los juegos olímpicos, que se remontan en la antigua Grecia en el año 776 A.C. en la ciudad de Olimpia de donde proviene el nombre de Olimpiadas. La primera edición de los llamados juegos olímpicos de la era moderna se llevó a cabo en Atenas, capital de Grecia, el 6 de abril de 1896. Desde aquella oportunidad, han sido realizados cada cuatro años en diversas ciudades del mundo, siendo las

únicas excepciones las ediciones de 1916, 1940 y 1944, debido al estallido de la primera y segunda Guerra Mundial.

Edad Media

En épocas pasadas, la motivación del evento y sus consecuencias no eran muy diferentes a las de hoy en día, se sabía exactamente porque se hacían los eventos, el objetivo de la fiesta pública era preciso, era un instrumento de comunicación para presentarse ante el público, donde se creaba un mundo inventado, un refugio de fantasía y de tiempo festivo. Era la forma que tenían los monarcas de mostrarse ante sus públicos internos y externos. Así pues, los eventos se convertirán en espectáculos de poder, actos planificados y pensados al milímetro. Variados eran los motivos por los que poner en marcha la maquinaria del evento: bautizos, bodas, coronaciones, victorias militares, visitas de otros monarcas o embajadores de otros países, entre otros.

Los eventos del poder monárquico llegaron a su apogeo en la época del Rey Felipe II (biznieto de la Reina Isabel de España) hasta Felipe II. Actos espectaculares en los que se construía arquitectura temporal en la ciudad, cambiando radicalmente su fisonomía, adornándola con arcos de triunfo, escenografías, procesiones, luminarias, fuegos de artificiales, desfiles, carros engalanados, torneos, juegos ecuestres, toros, teatro e incluso batallas.

También se adornaban los puentes y las murallas con estatus provisionales representando virtudes, seres mitológicos, personajes históricos y seres legendarios. Se disponían fuentes para la ocasión distribuidas por la ciudad, se adornaban balcones y ventanas con tapices y doseles, ramas y flores para el trayecto, lienzos para entoldar calles, decoraciones que imitaban materiales nobles, maderas, mármoles, granitos, cuarzos, bronces. Toda la imaginación puesta al servicio de la construcción de la

imagen corporativa de la monarquía, con el objetivo de reforzar la idea de poder a través de la sorpresa, la admiración y el asombro.

Todo estaba ideado con este objetivo idílico, era como un sueño que desde fuera observan los ciudadanos asombrados ante tanta originalidad, lujo y poder. Esto, no tan solo conseguía desde el decorado, también desde el protocolo que se utiliza de forma magnífica, el trayecto de la procesión con estricto orden de desfile, el recibimiento por parte de las autoridades, los gestos y actitudes, un acto que dejaba maravillados a los ciudadanos y a los obsequiados. Toda la ciudad ofrecía una imagen idealizada para recibir o para agasajar al personaje principal, y por asimilación, esa imagen idealizada se transmitía al monarca y a la institución histórica que representaba. (Bernad, 2014)

Edad Moderna

El primer evento, tal como hoy lo conocemos en la era moderna, se dio la raíz de la revolución industrial cuando este hecho, ciertamente significativo, transformó por completo el mapa político europeo. Inglaterra necesitó entonces mostrar al mundo su potencial comercial y conquistar nuevos mercados: de este modo, nace la idea de organizar una feria bajo el liderazgo del Príncipe Albert. La misma se llamó gran exhibición de trabajos industriales de todas las naciones, vulgarmente conocida como la “Expo del Cristal Palace”, así fue cómo surgió la primera Expo Universal en 1851.

La Expo Cristal Palace se celebró en una sede totalmente transparente, en un pabellón formado con 900.000 piezas de cristal (de allí que fue conocido como “la Expo del Palacio de Cristal”) creada por J. Pastón en el que expusieron 19.937 empresas de las cuales 7.000 provienen de Estados Unidos.

Dos años más tarde, los mismos expositores americanos entusiasmados por los resultados de la muestra de Londres, organizaron una segunda edición de la “Expo Universal” en 1853 en la ciudad de Nueva York, aunque con resultados financieros no satisfactorios.

Más tarde apareció la tercera “Expo Universal” en París en 1889, con un costo aproximado de U\$S 5.000.000, en la cual participaron casi 21.000 expositores. Esta exposición se desarrolló con un elemento con un elemento clave en su entrada: la Torre Eiffel, de 300 metros de altura, diseñada por Gustav Eiffel.

La torre Eiffel es una construcción que no tiene utilidad, solo es un símbolo que estaba destinado a ser desmontado apenas terminara la expo, pero habiéndose transformado en poco tiempo en una de las atracciones principales de este evento, finalizado el mismo, se decidió dejarla tal cual puede observarla quien hoy día viaja a Paris.

Viena también quiso marcar la historia en el mundo de los eventos. Fue así como realizó la cuarta y más grande Expo Universal hasta sus días, con un costo próximo a los U\$S 11.000.000 los edificios en el Prater, el famoso parque Vienés, en una isla del Danubio, hospedó casi 26.000 expositores y se recibieron más de 6.500.000 visitantes. (Anzilutti, 2014)

Siglo XX

El siglo XX se caracteriza por una serie de sucesos políticos que marcan la historia de la humanidad, después de la II Guerra Mundial predominan los eventos por la lucha de los derechos humanos y la paz mundial. Las convocatorias de carácter político o de protesta a las guerras definieron la importancia de los discursos en la organización de eventos, entre los

discursos más destacados se mencionan los de personajes como Martin Luther King, Nelson Mandela, Mahatma Gandhi y de presidentes como John F. Kennedy cuando anuncia que el hombre irá a la luna, el de Ronald Reagan anunciando la caída del muro de Berlín, Franklin D. Roosevelt en su discurso de toma de posesión como presidente entre otros.

En el siglo XX marco historia de la vida pública de la monarquía europea. El 29 de julio de 1981 en la Catedral de San Pablo se llevó a cabo la boda real de la princesa Diana Spencer y Carlos de Inglaterra, evento que se considera como la boda más importante del siglo XX.

Un total de 3.500 personas se congregan en la Catedral de San Pablo y otros 750 millones de espectadores de todo el mundo que presenciaron la ceremonia desde sus televisores. Dos millones de admiradores del Windsor y de la futura princesa se reunieron a lo largo del trayecto de cinco kilómetros entre el palacio de Buckingham y el templo. Un itinerario que contó asimismo con 4.000 policías y 2.200 oficiales militares para controlar el desbordado entusiasmo de los admiradores.

Las costumbres que la gente observa hoy en día al celebrar un evento social se remonta a mucho tiempo atrás en la historia, cuando en el antiguo occidente se celebraba el nacimiento dentro del demonio y la religión.

El felicitar, dar regalos y hacer una fiesta con las velas encendidas tenían el propósito de proteger de los demonios al que celebraba su cumpleaños y de garantizar su seguridad durante el año entrante. La tradición de las tortas o bizcochos con las velas encendidas comenzó con los griegos, se ponían sobre los altares del templo de (Artemis) tortas redondas como la luna, hechas con miel, que tenían cirios encendidos, la creencia folclórica

es que las velas de cumpleaños están dotadas de magia especial para deseos, de modo que rinden honra y tributo a la criatura que celebra su cumpleaños y le traen buena suerte.

Con el pasar de los años se han inventado nuevas formas de elaborar los eventos sociales, entre ellas destacamos la manera tradicional de celebrar el evento que consiste en realizar una reunión en el hogar, en donde los organizadores tienen mayor participación al momento de organizar la fiesta; la cual es desarrollada de una manera más personalizada pero demanda mayor dedicación y tiempo por parte de ellos.

Este tradicional estilo ha ido desapareciendo debido a que la gente emplea cada vez más tiempo en sus actividades laborales y la mayoría ya no tienen casas grandes con amplios jardines, las cuales se prestaban para recibir un gran número de invitados.

Tras la ceremonia religiosa, los recién casados se dirigieron al palacio de Buckingham para celebrar un pequeño banquete para 120 invitados. La boda del príncipe Carlos y la Princesa Diana costó cerca de \$45 millones de dólares. (Hola, 2011)

Un día 29 del mes de abril del 2011 se celebró la boda real del príncipe Guillermo hijo de Diana y Carlos con Kate Middleton, este evento ha marcado tendencia en la organización de bodas actualmente desde el vestido de la novia hasta la decoración estilo cuento de hadas.

Actualidad

Debido al crecimiento de la demanda se crearon empresas dedicadas exclusivamente a la organización de eventos sociales, muy simples y semejantes en un comienzo. Es importante mencionar que en nuestra ciudad existen algunas empresas que ofertan este tipo de servicio pero sin embargo, no han cumplido con las expectativas del público consumidor.

En tal virtud se considera relevante el propósito de ingresar al mercado el servicio innovador en la organización de eventos sociales. El negocio consiste en la organización original y personalizada del evento social de su preferencia, incluyendo local decoración, tarjetería, animación, recreación, refrigerio, entre otros, que pueden variar según los requerimientos de los clientes.

Antecedentes Referenciales

La universidad Estatal de Milagro a través de Ortiz Diana y Paguay Alexander (2011), presenta la tesis “Estudio de pre factibilidad para la creación de un parque – Salón para eventos sociales en la ciudad de milagro”.

Milagro es una ciudad progresiva, quienes habitan en ella tienen varias necesidades que aún no han sido cubiertas como resultado de no contar con los servicios y/o productos satisfactorios. Entre las insatisfacciones tenemos el no contar con sitios adecuados para las celebraciones infantiles y que al mismo tiempo brinden los servicios de coordinación y organización de estos eventos.

Frente a lo establecido, proponen crear un parque – salón para eventos sociales, caracterizado por brindar un espacio de recreación para el público

en general. Sin embargo, no se puede iniciar un negocio sin efectuar un estudio de pre-factibilidad, este lo han dividido en los siguientes capítulos: El capítulo I contiene el análisis de la problemática y la justificación, el capítulo II presenta el marco referencial, donde han establecido información, pautas legales y teoría de especialistas y expertos sobre negocios y la administración de los mismos, además de contener las hipótesis y su operacionalización que los llevan a una investigación de campo que requiere de la selección de una metodología, contenida en el capítulo III junto con las técnicas de investigación y la determinación de la población y muestra de estudio, necesaria para aplicar la encuesta a la población Milagreña que puede ser concebida como grupo objetivo.

El capítulo IV presenta los resultados de las encuestas, ya tabulados y analizados para posteriormente dar paso a la verificación de hipótesis y tener claro los lineamientos bajo los cuales en el capítulo V se elaboraran propuestas con objetivos, fundamentación y actividades de negocio.

En aquella tesis, se puede apreciar que lo que buscan es ofrecer un servicio que no se presenta o que no existe actualmente en la ciudad de Milagro, por lo cual tienen que pasar por varios factores, para poder cumplir con cada uno de los objetivos.

La Universidad Politécnica SALESIANA a través de Peña y Sánchez (2015) , presenta la Tesis “Planeación estratégica de marketing infantil y de control interno para la empresa de eventos "MAGIC" dirigido a los niños de clase socio económica media alta de la ciudad de Guayaquil”. (Peña & Sanchez , 2015)

Es una empresa relativamente nueva, la cual cuenta con menos de dos años de vida dentro del mercado de eventos sociales, fue fundada en el año 2013; pero a pesar del poco tiempo en el mercado ha venido creciendo

en una manera positiva ya que la empresa ofrece servicio de eventos sociales personalizados por cada cliente con el fin de generar satisfacción y seguridad a cada uno de los padres en la organización del evento.

El presente trabajo de titulación se fundamenta en la necesidad de un sistema de control interno que asegure la calidad en los procesos operativos y administrativos de la empresa, ya que debido a su corta experiencia, no ha estructurado formalmente la empresa.

Este proyecto se fundamentó en un estudio de mercado enfocado en determinar la satisfacción del cliente en relación a sus expectativas y al servicio que brinda, así como sus preferencias actuales; además de indagar en el tipo de procesos internos que realiza la empresa y las falencias que presentan; así como las medidas correctivas que se podrían aplicar para mejorarlas.

También se realizó unas encuestas a expertos en marketing que sirvió para medir la viabilidad del siguiente proyecto de titulación. Se sugirió la implementación de un plan estratégico de marketing social y control interno que servirá para potencializar el crecimiento de la empresa, ganar posicionamiento dentro del sector en el que desarrolla sus actividades y a su vez brindar seguridad en los procesos operativos y administrativos para la administración de la empresa.

De lo antes expuesto cabe mencionar que ambos autores contribuyen para el trabajo de investigación, sostengan el incremento de clientes en la empresa DIDI'S SHOW el cual encierra aspectos que se deben considerar notablemente al elaborar un plan de negocio.

Basado en anteriores informaciones se ha decidido realizar la creación de un estudio de factibilidad para ver qué tan rentable es este tipo de negocios, ya que existe gran número de demanda del mismo.

En Guayaquil existe un local dedicado a este tipo de negocio:

Sonrisitas Party

Este local empezó sus actividades en abril del 2015 cuyo objetivo es dar un servicio al cliente mejorado, este es el primer local de esta índole creado en Guayaquil. Este local se encuentra ubicado en el centro de la ciudad aquel local tiene una capacidad de 100 personas y cuyo costo varía dependiendo el combo que el cliente escoja:

- Servicio limitado: Solo alquiler del local con sillas y mesas \$160
- Servicio completo: Decoración, payaso, comida y local \$400

Los servicios que ofrece este local son:

- Juegos todo tipo
- Animación profesional
- Caritas pintadas
- Snack
- Decoración
- Títeres
- Zona de bar
- Rincón escénico
- Mini hora

Fundamentación legal

Constitución del Ecuador (2008)

Art.33.- El trabajo es un derecho y deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida

decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido y respetado.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Plan nacional de desarrollo 2017 2021

Economía al servicio de la sociedad

Este eje toma punto de partida la premisa de que la economía debe estar al servicio de la sociedad. Es así que nuestro sistema económico, por definición constitucional, es una economía social y solidaria. No se puede entender la economía sin abarcar las relaciones entre los actores económicos de estos subsistemas, que son de gran importancia y requieren incentivos, regulaciones y políticas que promuevan la productividad y la competitividad.

Se procura proteger la sustentabilidad ambiental y el crecimiento económico inclusivo con procesos redistributivos en los que se subraye la corresponsabilidad social. Esa misma corresponsabilidad lleva a repensar las relaciones entre lo urbano y lo rural, acentuando la importancia de esta última para la sostenibilidad. En consecuencia, es necesario y justo trabajar con dedicación especial en el desarrollo de capacidades productivas y del entorno para conseguir el buen vivir rural.

Objetivo 4: consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización

No solo en el consejo consultivo productivo y tributario se abordan los temas relativos a la economía, también lo hacen las mesas de diálogo con emprendedores, con la economía popular y solidaria, con los trabajadores, entre otras. El crédito es una temática recurrente; es decir, facilidades e

incentivos para la adquisición de vivienda social, para el emprendimiento, para la generación de empleo, para la dinamización de la economía.

Así también, se señala la necesidad de visibilizar e incorporar sistemas cooperativos alternativos (comunales, de migrantes, entre otros), y se ha propuesto revisar y racionalizar los tributos, aranceles de materia prima, insumo y bienes de capital no producidos en el país; entre otros asuntos que no han estado exentos de polémica o disenso.

La diversificación, diferencia y amplitud de la oferta exportable; la apertura de nuevos mercados y su diversificación (tomando en cuenta mercados no tradicionales y alternativas); el aprovechamiento de mercados regionales o la atracción de nuevas inversiones relacionadas con temas como gastronomía o turismo comunitario, son propuestas presentes en los distintos espacios de diálogo.

Objetivo 5: impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

La generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica.

Sobre la contratación de bienes y servicios, hubo recurrentes propuestas para que esta sea desarrollada de manera más inclusiva; es decir, favorecer la producción de la zona, con especial énfasis en los sectores sociales más vulnerables de la sociedad y la economía.

Asimismo, se ha destacado la importancia de fortalecer la asociatividad y los circuitos alternativos de cooperatividad, el comercio ético y justo, y la priorización de la economía popular y solidaria.

La ciudadanía destaca que para lograr los objetivos de incrementar la productividad, agregar valor, innovar y ser más competitivo, se requiere

investigación e innovación para la producción, transferencia tecnológica; vinculación del sector educativo y académico con los procesos de desarrollo; pertinencia productiva y laboral de la oferta académica, junto con la profesionalización de la población, mecanismos de protección de propiedad intelectual y de la inversión en mecanización, industrialización e infraestructura productiva.

Estas acciones van de la mano con la reactivación de la industria nacional y de un potencial marco de alianza público o privado.

En resumen, en las mesas de diálogo se propone la promoción y ampliación de mecanismos y acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales, bajo criterios de negociaciones equilibradas, complementación económica y reducción de asimetrías comerciales.

Código de trabajo

Es un documento jurídico laboral que regula los derechos y obligaciones de patronos y trabajadores.

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social.

El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la constitución y las leyes.

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación.- el trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de un inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

Reformas Laborales

Uno de los problemas estructurales críticos del Ecuador es la rigidez laboral, como lo muestran los principales reportes económicos mundiales y las cifras de empleo.

En el 2018 el gobierno introdujo reformas laborales para los sectores de agricultura y ganadería. La agricultura, al ser uno de los principales sectores económicos del país y el mayor generador de empleo (30%), necesita reformas que se adapten a la estructura del negocio.

A partir de marzo del 2019, la tasa de desempleo urbano (5.6%) se encuentra por debajo de sus niveles pre-recesión (6.3%). Lo contrario sucede en la tasa de desempleo por horas, que se ubica en 13.4%, valor superior al promedio (11.9%) que se registra antes de la crisis económica.

Para la reforma laboral es importante contemplar las necesidades que presenta el mercado laboral actual en todos los sectores. El sector que más empleo ha generado durante los últimos 5 años es la agricultura, que en marzo del presente año acapara el 30% de los empleados.

Reformas del IESS

Es una entidad autónoma que forma parte del sistema de seguridad social del Ecuador y es responsable de aplicar el seguro universal obligatorio, según la constitución de la república, vigente desde el año 2008.

La constitución señala que la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas. La seguridad social se rige por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiente, transparencia y participación.

Definiciones conceptuales

Proceso.- un proceso puede definirse como todo aquello que las organizaciones hacen orientadas al cliente y con el fin de conseguir sus objetivos. Es a través de los procesos que las empresas alcanzan sus objetivos y el talento humano se encamina para lograrlos. (Jara & Talledo, 2012)

Cliente.- puede ser un comprador (quien compra un producto), un usuario (el sujeto que usa un servicio) o un consumidor (la persona que consume un producto o servicio). (Perez Porto & Gardey, 2011)

Eventos.- Es una reunión de personas que con lleva un motivo en particular, los eventos son una herramienta de comunicación debido a que permiten transmitir información, conceptos, sentimientos, modelos de trabajo, establecer contacto directo con los clientes potenciales, introducir nuevos productos o servicios y crear nuevos sistemas de promoción y comercialización. (Mendez Rivas, 2009)

Incremento.- El término aumento es aquel que se relaciona con el incremento, crecimiento o subida de cualquier elemento en relación con etapas anteriores. Este concepto puede ser y es utilizado para infinitos usos que pueden no estar para nada vinculados entre sí. (Bembibre , 2009)

Emprendimiento.- es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, este concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

Organización.- es la estructura de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados. (Reyes)

Eficiencia.- podemos definir la eficiencia como la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. La eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo. O al contrario, cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos.

Gestión de Procesos.- es un enfoque disciplinario para identificar, diseñar, ejecutar, documentar, medir, monitorear, controlar y mejorar los procesos de negocio, automatizados o no, para lograr resultados consistentes y alineados con los objetivos estratégicos de la organización.

Evento social.- es un suceso importante y programado que puede abarcar cualquier área social, artística o deportiva, los mismos que pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones, entre otros.

Empresa.- es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio.

Servicios.- son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación de cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

Comercialización.- es la actividad que permite al productor hacer llegar al consumidor un bien o un servicio. La comercialización constituye el eje del éxito en muchos negocios ya que si no se utilizan los medios adecuados para que el producto llegue al consumidor por más que tenga características excelentes de precios y calidad, no llegara adecuadamente al consumidor y por lo tanto no se tendrá los beneficios esperados.

La forma a través de la cual el bien o servicio llegue al consumidor puede ser directa o a través de intermediarios, dependiendo del tipo de producto. El objetivo del estudio de comercialización es determinar la alternativa que permita colocar el producto en un lugar y momentos adecuados para

proporcionar al consumidor la satisfacción que espera, con costos adecuados.

Calidad en el servicio.- en todos los sectores de la economía se considera el servicio al cliente como un valor adicional en el caso de productos tangibles y por supuesto, es la esencia en los casos de empresas de servicios. Las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que entrega a los clientes que nos compran o contratan.

La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en el negocio. El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad. El personal en todos los niveles y áreas debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la empresa y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las personas que son o representan al cliente.

Actividad económica.- conjunto de acciones que tienen por objeto la producción, distribución y consumo de bienes y servicios generados para satisfacer las necesidades materiales y sociales.

Anfitrión.- persona (s) o entidad que recibe en una locación o en su sede habitual a invitados o visitantes, y les hace sentir bien.

Aniversario.- es el día que se conmemora un acontecimiento que tuvo lugar el mismo día del año en un año anterior.

Aperitivo.- es el alimento (generalmente salado) que se toma para abrir el apetito, generalmente antes de la comida principal del mediodía o de la noche.

Bautismo.- en general, las denominaciones cristianas lo han adoptado como rito de iniciación en el catolicismo además como sacramentos. Consiste en una ceremonia en que la persona es sumergida en el agua o entra en contacto con ella.

Demanda.- en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por conjunto de consumidores.

Control interno.- es el conjunto de normas, principios, fundamentos, procesos, procedimientos, acciones, mecanismos, técnicas e instrumentos de control, relacionados entre sí y unidos a las personas que conforman una institución pública, se constituye en un medio para lograr una función administrativa de estado íntegra, eficaz y transparente, apoyando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y contribuyendo al logro de la finalidad social de estado.

Viabilidad.- se refiere a como se extiende un conjunto de dato. La variabilidad brinda una manera de describir cuanto varían los conjuntos de datos y le permite usar estadísticas para comparar sus datos con otros conjuntos de datos.

Satisfacción de cliente.- es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos, aclarando además un aspecto muy

importante sobre las quejas de los clientes: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

Ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente.

Implementación.- es de uso frecuente en el mundo de la tecnología para describir las interacciones de los elementos en los lenguajes de programación.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Diseño de la Investigación

Datos de la empresa

Didi's – Show es una empresa dedicada a la organización de eventos sociales, que se realizaran de acuerdo a gusto y preferencias de los clientes. El servicio consistirá en animación, arreglos, temáticas, comida, áreas recreativas, entre otros.

Aplicando experiencia en la planeación de la organización de cada evento y basado en las tendencias de hoy en día, tendrá una excelente coordinación, la empresa ofrece un servicio exclusivo e inolvidable, siendo una característica que lo diferencie de la competencia.

Se considera la idea de ofrecer un servicio personalizado, con referencia a la organización de eventos sociales. La empresa se encarga del envío de las tarjetas, adecuación de sus locales y muchas cosas más, es decir cumpliendo con cada detalle que garantice el éxito del evento y también de la empresa.

Nombre completo de la empresa:

Empresa de eventos sociales Didi's – Show

Fecha en que fue constituida:

Didi's – Show empezó en el año 2017

Objeto social:

- Generar fuentes de empleo
- Reducir costos por contratación
- Llevar eventos a otras localidades

Misión:

Ser una empresa de servicios de eventos sociales, enfocada día a día por convertir agasajos en fechas especiales he inolvidables. La mejor garantía será el grado de satisfacción de los clientes, realizando todo tipo de eventos cubriendo el deseo de llevar un momento recreativo he inmemorial a todos los invitados, contando con un servicio de calidad.

Visión:

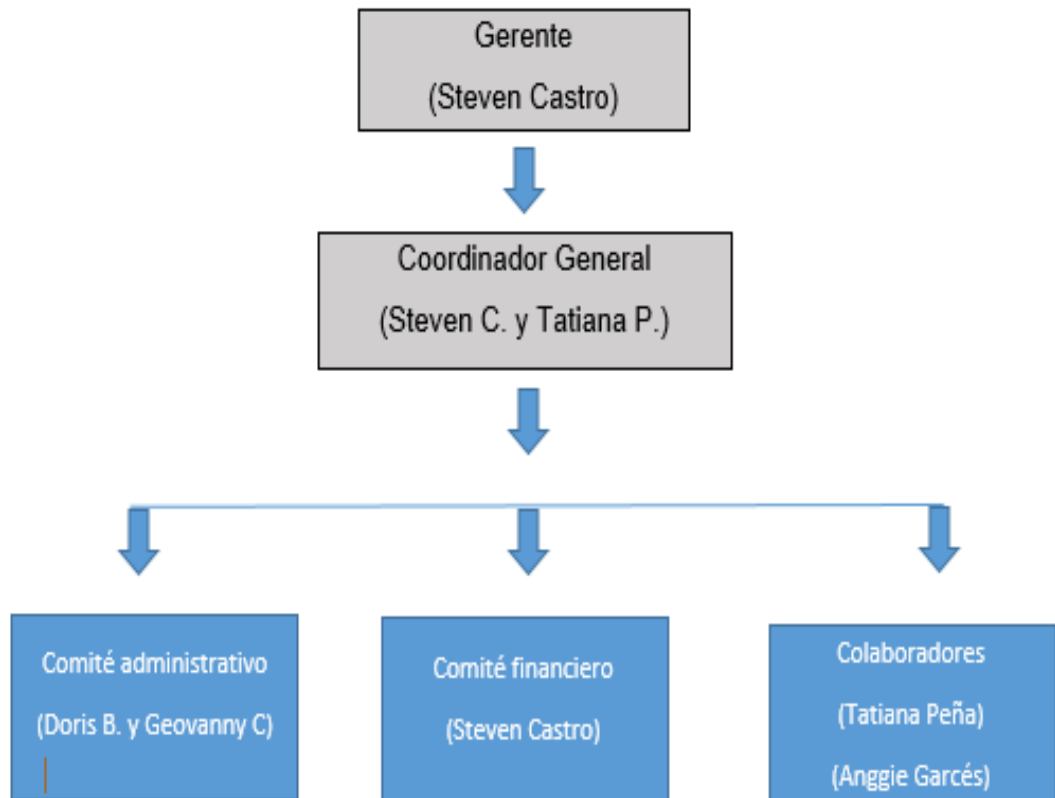
Ser una empresa reconocida en el mercado de eventos sociales, convertirnos en una empresa líder y ofertar un servicio innovador para la diversión de todo público en general, impartiendo respeto, responsabilidad, puntualidad y discreción. Contando con el mejor talento y con cultura de alto desempeño.

Plantilla de trabajadores:

- Tatiana Peña
- Anggie García
- Lizbeth Landázuri
- Giovanni Castro

Estructura organizacional

Organigrama de Didi's - Show



Cantidad de trabajadores:

Dentro de la empresa de Didi's – Show, se encuentran 5 colaboradores:

Steven Castro	➔	Gerente
Tatiana Peña	➔	Coordinadora
Anggie García	➔	Animadora
Lizbeth Landázuri	➔	Animadora
Geovanny Castro	➔	sonido/transportista

Proveedores:

Payasito Comiquita

Vestuario Olivia

Competidores más importantes:

Sonrisitas Party

Mundo sonrisas

Principal servicio

Ofrecer un servicio de eventos sociales de calidad, organización de eventos a niveles provincial.

Descripción del trabajo

El proceso dentro de la empresa Didi's – Show ha sido un verdadero reto, por lo que es una empresa joven que está dando un gran paso en el ámbito de querer ser reconocida a nivel nacional.

Propuesta

Crear una empresa de eventos sociales, que entregue a los clientes un servicio integral desde la infraestructura y servicios necesarios para la organización de cada evento. Se necesita llevar un cronograma con los diferentes horarios para que no se crucen con otros eventos.

Se presentaran una diversidad de opciones para los distintos niveles de propuestas e incluso personalizar la celebración de acuerdo a los requerimientos del cliente.

Estrategia

Para lograr un crecimiento, la empresa debe expandirse y lograr tener nuevas sedes que realicen llevado de un cronograma. Se implementarán nuevos métodos en el servicio para que el cliente se decida por el servicio que ofrece la empresa.

Los eventos para Didi's – Show, son una oportunidad de crecimiento porque le permitirá a la empresa, participar dentro del mercado de una forma más amplia.

Componentes del servicio

1.- Elementos del servicio:

Se caracteriza por el diseño, precio y marca gracias a estas características van hacer que los clientes se decidan a requerir de los servicios que ofrece la empresa.

2.- Lugar y tiempo

Los organizadores de la empresa se trasladan al lugar donde los clientes elijan, en el tiempo acordado, para que estén a gusto con los estándares del servicio.

3.- Promoción

Se les da a conocer a los clientes los combos que tiene la empresa, se les brinda todos los estándares según al tipo de evento que ellos están buscando.

4.- Precios y otros costos

Didi's – Show cuenta con diferentes paquetes o combos, para todo tipo de evento social, que empieza desde los \$50 en adelante, según lo que el cliente este buscando.

5.- Procesos

La empresa se maneja mediante la firma de contratos, donde el cliente tiene que aceptar términos y condiciones del servicio.

6.- Productividad y calidad

Garantizar a los clientes que todos los servicios contratados, siempre estarán en la hora acordada.

7.- Personal

El personal que llevara a cabo el evento, va a estar enfocado en el más mínimo detalle, para que el cliente quede totalmente satisfecho.

8.- Evidencia física

- Animador(a)
- Tarjetas de presentación
- Fotos
- videos
- transporte
- contrato (Factura)

Resultados de la ventas de los tres últimos años

Servicios	2016	2017	2018
Fiestas infantiles	\$1.200	\$900	\$700
Show de adultos	\$1.000	\$700	\$500
Baby Shower	\$1.100	\$800	\$400
TOTAL	\$3.300	\$2.400	\$1.600

ANALIS

Observando los resultados de los tres últimos años nos damos cuenta que en vez de incrementar nuestra cartera de clientes, está disminuyendo y está trayendo problemas de una alta tasa de ineficiencia.

DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Cuantitativo

El enfoque cuantitativo es secuencial y demostrativo. Cada etapa precede y no se pueden evitar los diferentes pasos del mismo. Sigue el método científico clásico: plantearse un problema, crear hipótesis, experimentación, análisis de datos y sacar conclusiones. Pero el aspecto central es que el objeto de estudio de estos diseños de investigación son variables o fenómenos cuantificables o fácilmente mensurables.

Cualitativo

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, los estudios cualitativos no siguen un proceso rígido y secuencial. Estos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y análisis de datos.

Se basa en un método indagatorio o exploratorio, muchas veces previo al cuantitativo, para afinar las preguntas en relación a la cuestión de estudio.

Método a utilizar

Observando los cambios que se han producidos en la empresa, se observa claramente que se va a utilizar ambos métodos, tanto cuantitativo porque se refiere a cualidades como es la gente y el consumidor dentro de la empresa, también el cualitativo porque este se refiere a los resultados estadísticos que va a obtener de la encuestas.

Tipos de Investigación

Tabla

Exploratorio	Descriptivo	Explicativo	Correlacional
La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto. (Fidias Arias, 2012, pág. 23)	La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. (G. Arias, 2012, pág. 24)	La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. (Fidias , 2012, pág. 26)	Identificar relación o grado de asociación que existe entre dos o más variables de un contexto. (Hernández,, Fernandez , & Baptista, 2010)

Búsqueda

Nota, Autor: Castro, S. (2019)

El autor de este trabajo investigativo, adopta la investigación explicativa y correlativa porque explicará el por qué existe un déficit de incremento en la empresa de animación

Población

Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. El universo o población puede estar constituida por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros. (Pineda, 1994:108)

Población Finita: Es aquella cuyo elemento en su totalidad son identificables por el investigador.

Población Infinita: Es aquella cuyos elementos es imposible tener un registro identificable.

Tabla 2

Población

Referencias	Número de Personas
DETERMINACION DE LA DEMANDA	
Población de referencia	2'671.801
- Niñas niños y adulto	337.243
= Población de demanda Potencial	2'334.558
- Población que no adquirirá los servicios	121,107
=Población de demanda real	18,166.05
DETERMINACION DE LA OFERTA	
Sonrisitas Party 15%	2,724.91
Mundo fiesta 10%	1,816.61
Población atendida por la competencia	4,541.52
ANALISIS DEMANDA OFERTA	
Población de demanda real	18,166.05
-Población atendida por la competencia	4,541.52
= Población de demanda insatisfecha	13,624.53

Nota, Autor: Castro, S. (2019)

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC

Análisis

Para poder determinar nuestra población insatisfecha, aplicamos el procedimiento para determinar mediante el proceso análisis demanda oferta, cual es esa cantidad de personas insatisfechas por la cual nosotros debemos desarrollar la estrategia para poder satisfacerlas o cumplirlas.

Descripción del procedimiento

Ha esa población le restamos los niños y niñas, nos queda como resultado la población de demanda potencial, por otro nos toca restar la población que no adquirirá los servicios, esto nos dará como resultado la población de demanda real.

A continuación vamos a calcular la oferta, en este punto cogemos a dos puntos fuertes dentro del ámbito de los servicios de animaciones dándole a cada uno un cierto porcentaje, aquel resultado nos permitirá obtener la población atendida por la competencia.

En el último paso vamos a calcular la demanda real, para este último procedimiento vamos a restar la población atendida por la competencia y nos dará como resultado final la demanda insatisfecha.

Muestra

Es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. La muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico. (Tamayo, 1997, pág. 38)

Análisis

La población es finita no se va a requerir de la muestra.

Tipos de muestreo

Estratificados

Es una técnica de muestreo probabilístico en donde el investigador divide a toda la población en diferentes subgrupos o estratos. Luego, selecciona aleatoriamente a los sujetos finales de los diferentes estratos en forma proporcional.

Es importante tener en cuenta que los estratos no deben superponerse. Que los subgrupos se superpongan dará a algunos individuos mayores probabilidades de ser seleccionados como sujeto. Esto niega completamente el concepto de muestreo estratificado como un tipo de muestreo probabilístico.

Igualmente importante es el hecho de que el investigador debe utilizar un muestreo probabilístico simple dentro de los diferentes estratos. Los estratos más comunes utilizados en el muestreo aleatorio estratificado son la edad, el género, el nivel socioeconómico, la religión, la nacionalidad y el nivel de estudios alcanzado.

Muestreo aleatorio estratificado usos:

- Se utiliza el muestreo aleatorio estratificado cuando el investigador desea resaltar un subgrupo específico dentro de la población. Esta técnica es útil en estas investigaciones porque garantiza la presencia del subgrupo clave dentro de la muestra.
- Los investigadores también emplean un muestreo aleatorio estratificado cuando quieren observar relaciones entre dos o más subgrupos. Con la técnica de muestreo aleatorio simple, el investigador no está seguro de si los subgrupos que quieren

observar son representados equitativa y proporcionalmente dentro de la muestra.

- Con el muestreo estratificado, el investigador puede probar de forma representativa hasta a los subgrupos más pequeños y más inaccesibles de la población. Esto permite que los investigadores prueben a los extremos de la población.
- Con esta técnica, tienes una precisión estadística más elevada en comparación con el muestreo aleatorio simple. Esto se debe a que la variabilidad dentro de los subgrupos es menor en comparación con las variaciones cuando se trata de toda la población. Debido a que esta técnica tiene una alta precisión estadística, exige un tamaño de la muestra menor que puede ahorrar mucho tiempo, dinero y esfuerzo de los investigadores.

Muestreo estratificado: tipos

Muestreo aleatorio estratificado proporcionado

En esta técnica, el tamaño de la muestra de cada estrato es proporcional al tamaño de la población del estrato si se compara con la población total. Esto significa que el cada estrato tiene la misma fracción de muestreo.

Supongamos que tienes 3 estratos con 100,200 y 300 tamaños de la población, respectivamente. El investigador eligió una fracción de muestreo de $\frac{1}{2}$. Luego, el investigador debe probar al azar 50,100 y 150 sujetos de cada estrato, respectivamente.

Estrato	A	B	C
Tamaño de la población	100	200	300
Fracción del muestreo	$\frac{1}{2}$	$\frac{1}{2}$	$\frac{1}{2}$
Tamaño final de la muestra	50	100	150

Esta técnica, lo importante es recordar el uso de la misma fracción de muestreo en cada estrato, independientemente de las diferencias en el tamaño de la población de los estratos. Es muy parecido a reunir una población más pequeña que sea específica de las proporciones relativas de los subgrupos dentro de la población.

Muestreo aleatorio estratificado desproporcionado

La única diferencia entre el muestreo aleatorio estratificado proporcionado y el desproporcionado son sus fracciones de muestreo. En el muestreo desproporcionado, los diferentes estratos tienen diferentes fracciones de muestreo.

La precisión de este diseño es altamente dependiente de la asignación de fracción de muestreo del investigador. Si el investigador comete errores en la asignación de fracciones de muestreo, un estrato puede ser representado en excesos o insuficientemente y dará resultados sesgados.

No estratificados

Es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados.

En cualquier tipo de investigación es difícil lograr un muestreo aleatorio auténtico.

La mayoría de los investigadores tienen limitaciones temporales, monetarias y de mano de obra y, gracias a ellas, es casi imposible tomar una muestra aleatoria de toda la población. Generalmente, es necesario emplear otra técnica de muestreo, la técnica de muestreo no probabilístico.

A diferencia del muestreo probabilístico, la muestra no probabilística no es un producto de un proceso de selección aleatoria. Los sujetos en una muestra no probabilística generalmente son seleccionados en función de su accesibilidad o a criterio personal e internacional del investigador.

La desventaja del método de muestreo no probabilístico es que no se toman pruebas de una porción desconocida de la población. Esto implica que la muestra puede representar a toda la población con precisión o no. Por lo tanto, los resultados de la investigación no pueden ser utilizados en generalizaciones respecto de toda la población.

Tipos de muestreo no probabilístico

Muestreo por conveniencia

Es probablemente la técnica de muestreo más común. En el muestreo por conveniencia, las muestras son seleccionadas porque son accesibles para el investigador. Los sujetos son elegidos simplemente porque son fáciles de reclutar. Esta técnica es considerada la más fácil, la más barata y la que menos tiempo lleva.

Muestreo consecutivo

Es muy similar al muestreo por conveniencia, excepto que intenta incluir a todos los sujetos accesibles como parte de la muestra. Esta técnica de muestreo no probabilístico puede ser considerada la mejor muestra no probabilística, ya que incluye a todos los sujetos que están disponibles, lo que hace que la muestra represente mejor a toda la población.

Métodos y Técnicas

Este proyecto se llevará a cabo utilizando el método explicativo porque se centra en determinar los orígenes o las causas de un determinado conjunto de fenómenos, donde el objetivo es conocer por que suceden ciertos hechos atrás ves de la delimitación de las relaciones causadas existentes.

Muestreo por cuotas

Es una técnica de muestreo no probabilístico en donde el investigador asegura una representación equitativa y proporcionada de los sujetos, en función de que rasgos es considerado base de la cuota.

Por ejemplo, si la base de la cuota es de nivel de año en la universidad y el investigador necesita una representación igual, con un tamaño de muestra de 100, debe seleccionar 25 estudiantes de 1º año, 25 de 2º año, 25 de 3º año y 25 de 4º año. Las bases de la educación, la etnia, la religión y el nivel socioeconómico.

Muestreo discrecional

Es más comúnmente conocido como muestreo internacional. En este tipo de toma de muestreo, los sujetos son elegidos para formar parte de la muestra con un objetivo específico. Con el muestreo discrecional, el investigador cree que algunos sujetos son más adecuados para la investigación que otros. Por esta razón, aquellos son elegidos deliberadamente como sujetos.

Muestreo de bola de nieve

Se lleva acabo generalmente cuando hay una población muy pequeña. En este tipo de muestreo, el investigador le pide al primer sujeto que identifique a otro sujeto potencial que también cumpla con los criterios de la investigación. La desventaja de usar una muestra de bola de nieve es que difícilmente sea representativa de la población.

Cuando utilizar el muestreo no probabilístico

- Este tipo de muestreo puede ser utilizado cuando se quiere mostrar que existe un rasgo determinado en la población.
- También se puede utilizar cuando el investigador tiene como objetivo hacer un estudio cualitativo, piloto o exploratorio.
- Se puede utilizar cuando es imposible la aleatorización, como cuando la población es casi ilimitada.
- Se puede utilizar cuando la investigación no tiene como objetivo generar resultados que se utilicen para hacer generalizaciones respecto de toda la población.
- También es útil cuando el investigador tiene un presupuesto, tiempo y mano de obra limitados.
- Esta técnica también se puede utilizar en un estudio inicial que será llevado a cabo nuevamente utilizando un muestreo probabilístico aleatorio.

Aplicación de método de muestreo

Aplicamos el método estadístico no estratificado por conveniencia, porque son accesibles para realizar una investigación más a fondo, también se elige este método porque la información es más fácil de adquirir o reclutar. Este método es considerado como el más fácil de aplicabilidad, ya que no va a requerir de mucho tiempo acceder a una información exacta.

Técnicas e Instrumentos

Tabla 3

Técnicas

Técnicas	Instrumentos
Observación	Fichas
Encuestas	Registros Anecdóticos
Entrevistas	Grabaciones
Foda	Matriz de análisis

Nota, Autor: Castro, S. (2019)

Fuente: técnicas e instrumentos de investigación

Observación

Es la técnica de recogida de la información que consiste básicamente, en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamiento y hechos de las personas u objetos, tal y como las realizan habitualmente. En este proceso se busca contemplar en forma cuidadosa y sistemática como se desarrolla dichas características en un contexto determinado, sin intervenir sobre ellas u manipularlas.

Check List	Muy bueno	Regular	Observación
Fecha y hora del evento	X		
Decoración de eventos sociales	X		
Revisión de contrato de Didi´s - show	X		
Personal debidamente garantizado	X		
Definir el lugar para el evento		X	Depende únicamente del cliente
Fijar los modos de transporte al evento		X	Depende del cliente
Prueba de sonido	X		

Encuesta

Es una técnica de recogida de datos para la investigación social. Como tal una encuesta está constituida por una serie de preguntas que están dirigidas a una porción representativa de una población, y tiene como finalidad averiguar estados de opción, actitudes o comportamientos de las personas ante asuntos específicos.

Entrevista

Es un acto comunicativo que se establece entre dos o más personas y que tiene una estructura particular organizada a través de la formulación de preguntas y respuestas. La entrevista es una de las formas más comunes y puede presentarse en diferentes situaciones o ámbitos de la vida cotidiana.

Foda

Las siglas Foda, Dafa o Dafo son un acrónimo de las palabras fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas, e identifican una matriz de análisis que permite diagnosticar la situación estratégica en que se encuentra una empresa, organización, institución o persona, a fin de desarrollar con éxito un determinado proyecto.

Instrumentos:

Fichas

Es una forma de organización de emplear la información documental usada en los trabajos de investigación de cualquier tipo. Se utiliza para recopilar, resumir o anotar los contenidos de las fuentes o datos utilizados en la investigación.

Registros anecdóticos

Es un informe que describe hechos, sucesos o situaciones concretas que se consideran importantes para el alumno o el grupo, y da cuenta de sus comportamientos, actitudes, intereses o procedimientos.

Grabaciones

Es la acción a través de la cual se recogen o registran imágenes, sonidos, datos, normalmente haciendo uso de algún aparato o máquina, tal es el caso de un grabador, una filmadora, cámara, entre otros.

Matriz de análisis

Es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en un futuro.

Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis dafo permite como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa.

Análisis extremo

En este análisis extremo de la empresa se identifican los factores extremos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: nuevas conductas de clientes, competencia, cambios de mercado, tecnología, economía, entre otros.

Logotipo



Objetivo de la investigación

1.- ¿Dónde le gustaría a usted realizar su compromiso?

- a) En casa b) En salón de eventos c) en el agro

2.- ¿alguna vez usted ha alquilado un salón de eventos?

a) Si

b) No

3.- ¿En caso de realizar un compromiso a quien invitaría?

- a) Familia b) Amigos c) Familia y amigos

4.- ¿Qué evento tiene en mente celebrar este año?

- a) Boda b) Cumpleaños c) Baby Shower d) show de adulto

5.- ¿Cuántas personas invitaría a su evento?

a) De 1 a 50

b) De 50 a 100

c) De 100 a 200

d) Más de 300

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto Usted a pagar por el servicio?

a) \$60

b) \$120

c) \$160

6.- ¿Te gustaría que la empresa se encargue de las decoraciones y la atención a tus invitados en tu fiesta?

- a) Si
- b) No
- c) Puede ser

7.- ¿Sugeriría que la empresa mejore en su servicio?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

8.- ¿Cree usted existe personal calificado en la empresa?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

9.- ¿Recomendaría nuestros servicios a demás familiares o amigos?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

10.- ¿La empresa cumple con lo establecido en su servicio?

- a) Si
- b) No

11 ¿Considera usted que es necesario que la Didi´s-Show, diseñe un plan de estrategias para captar mayor número de clientes?

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Regular

Objetivo de la investigación

1.- ¿El gerente ha explicado claramente las funciones de mi puesto y mis límites de responsabilidad?

a) Excelente b) Bueno c) Regular

2.- ¿Tengo conocimiento sobre el uso de herramientas que permitan la fluidez en el cargo que me ha otorgado la empresa Didi's – Show?

a) Excelente b) Bueno c) Regular

3.- ¿Le parece a usted que la comunicación mediante Gmail es efectiva?

a) Excelente b) Bueno c) Regular

4.- ¿La información que recibo es útil e importante para el desarrollo de mis actividades?

a) Excelente b) Bueno c) Regular

5.- ¿Recibe de manera adecuada la información que requiere para el trabajo?

a) Excelente b) Bueno c) Regular

6.- ¿Existen oportunidades para dar a conocer mis ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro del área de trabajo?

a) Siempre

b) Tal vez

c) Nunca

7.- ¿Existe buena comunicación dentro de la empresa Didi's- Show?

a) Siempre

b) Tal vez

c) Nunca

8.- ¿Pides que te ayuden cuando tienes alguna dificultad dentro de la empresa?

a) Siempre

b) Tal vez

c) Nunca

9.- ¿Soy aceptado(a) por el grupo de trabajo?

a) Siempre

b) Tal vez

c) Nunca

10.- ¿La empresa cumple con el pago?

a) Siempre

b) Tal vez

c) Nunca

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Introducción

Este capítulo tiene como finalidad presentar el rendimiento adquirido a partir del empleo de entrevista a los clientes que accedieron a participar, con la finalidad de obtener las causas del porque existe una elevada deficiencia en el servicio, por consiguiente, ocasiona pérdida de clientes, es por eso que se implementaran técnicas y estrategias para las mejoras de la empresa Didi's Show.

La interpretación de los resultados adquiridos de la encuesta que se realizó a los clientes fue en base al análisis de 2 métodos: el deductivo y el analítico, los cuales nos llevan a la realidad del problema.

Resultado de clientes:

1.- ¿El gerente ha explicado claramente las funciones de mi puesto y mis límites de responsabilidad?

a) Excelente

b) Bueno

c) Regular



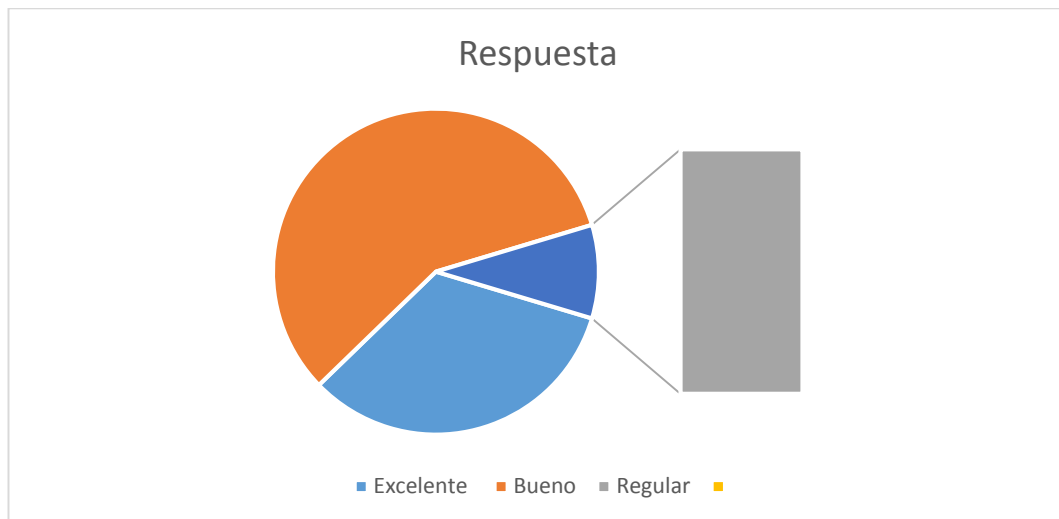
Los colaboradores de Didis show, han aceptado con un gran porcentaje que tienen claro el objetivo del gerente.

2.- ¿Tengo conocimiento sobre el uso de herramientas que permitan la fluidez en el cargo que me ha otorgado la empresa Didi's – Show?

a) Excelente

b) Bueno

c) Regular



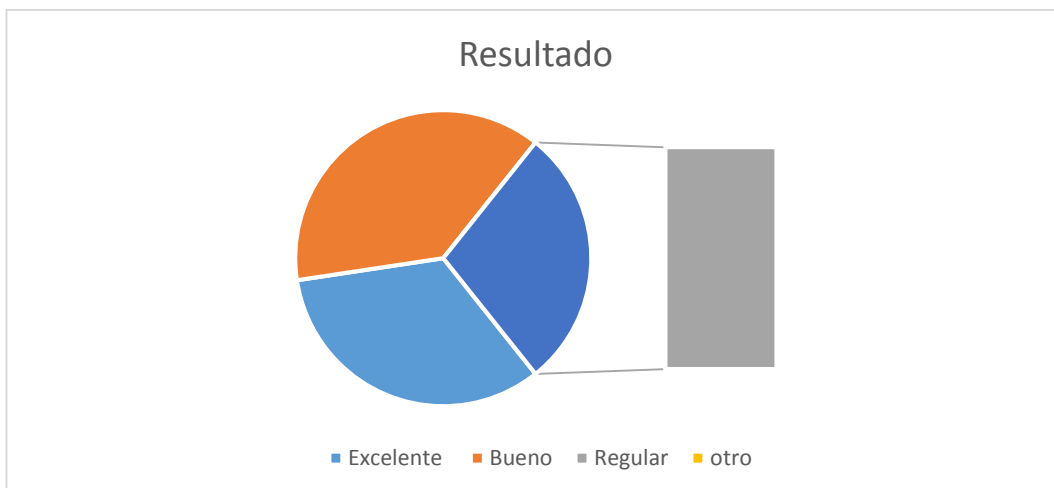
La mayor parte de los colaboradores, están apuntando a un porcentaje aceptable, donde nos vamos a enfocar un poco más y poder cumplir con los objetivos de la empresa.

3.- ¿Le parece a usted que la comunicación mediante Gmail es efectiva?

a) Excelente

b) Bueno

c) Regular



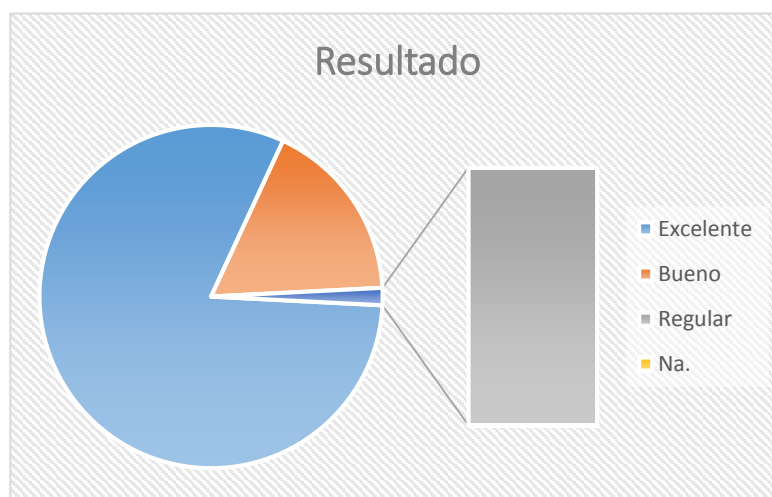
Se aprecia claramente que no existe porcentaje exacto, por lo se considera que la comunicación mediante Gmail no es tan recomendable.

4.- ¿La información que recibo es útil e importante para el desarrollo de mis actividades?

a) Excelente

b) Bueno

c) Regular



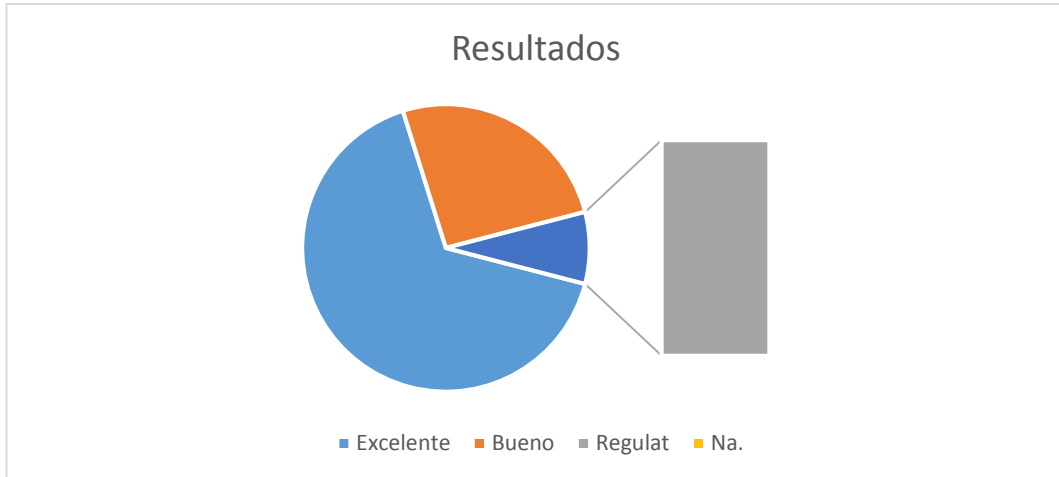
La información establecida en el siguiente gráfico, arroja un porcentaje positivo por parte de nuestros colaboradores.

5.- ¿Recibe de manera adecuada la información que requiere para el trabajo?

a) Excelente

b) Bueno

c) Regular



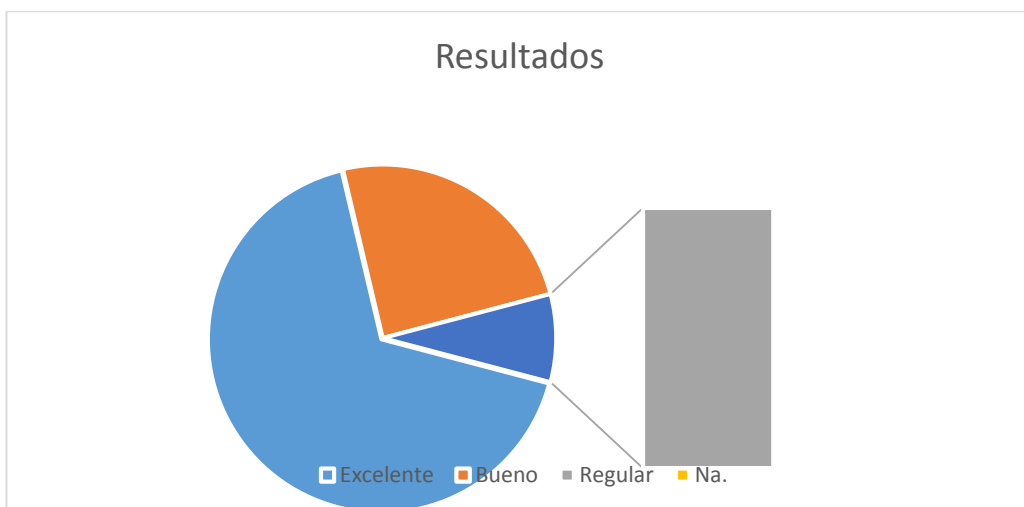
Los resultados expuestos son positivos, por lo que si existe algo en que cambiar o mejorar, será muy poco.

6.- ¿Existen oportunidades para dar a conocer mis ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro del área de trabajo?

a) Siempre

b) Tal vez

c) Nunca



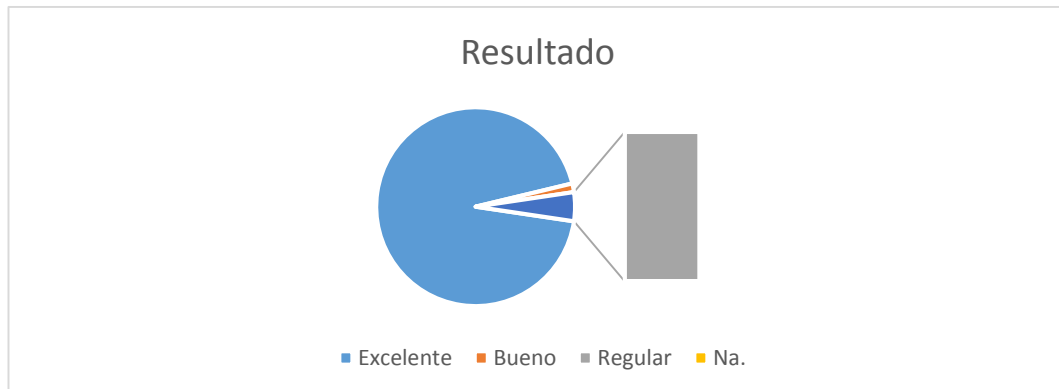
Nuestros colaboradores se sienten a gusto trabajando en un ambiente dentro de la empresa.

7.- ¿Existe buena comunicación dentro de la empresa Didi´s- Show?

a) Siempre

b) Tal vez

c) Nunca



Los colaboradores se sienten conformes, según los resultados.

8.- ¿Pides que te ayuden cuando tienes alguna dificultad dentro de la empresa?

a) Siempre

b) Tal vez

c) Nunca



Didi´s show, se preocupa de que sus colaboradores cumplan sus actividades con rapidez y eficacia, en los resultados obtenidos nos

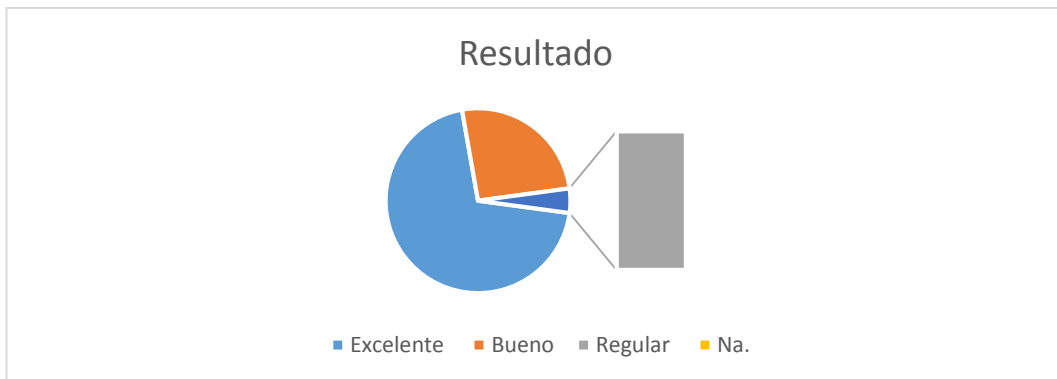
podemos dar cuenta de que se necesita prestar más atención en este punto.

9.- ¿Soy aceptado(a) por el grupo de trabajo?

a) Siempre

b) Tal vez

c) Nunca



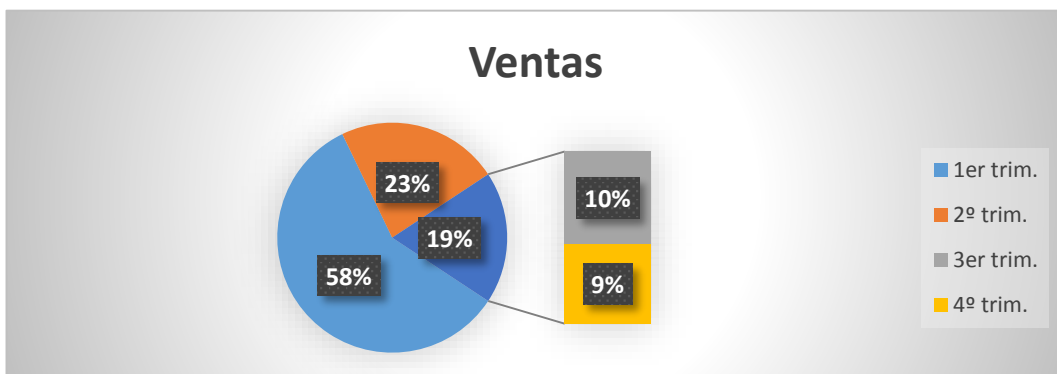
en la empresa siempre se vive un ambiente de armonía, por eso los resultados son positivos.

10.- ¿La empresa cumple con los pagos?

a) Siempre

b) Tal vez

c) Nunca



Los colaboradores no tienen quejas referentes a los pagos, porque todo se realiza en la hora y tiempo establecidos

Resultados de las encuestas realizadas a los clientes de Didi`s Show

1.- ¿Dónde le gustaría a usted realizar su compromiso?

- a) En casa b) En salón de eventos c) en el agro



Los clientes han tenido gran apogeo en organizar sus agasajos en sus hogares, para ahorrar un poco más.

2.- ¿alguna vez usted ha alquilado un salón de eventos?

- a) Si
- b) No



En esta situación es notorio que la estadística es baja por lo cual, los clientes prefieren realizar sus eventos en lugares domésticos.

3.- ¿En caso de realizar un compromiso a quien invitaría?

a) Familia

b) Amigos

c) Familia y amigos



Nuestros clientes prefieren organizar un evento social tanto con familiares y amistades.

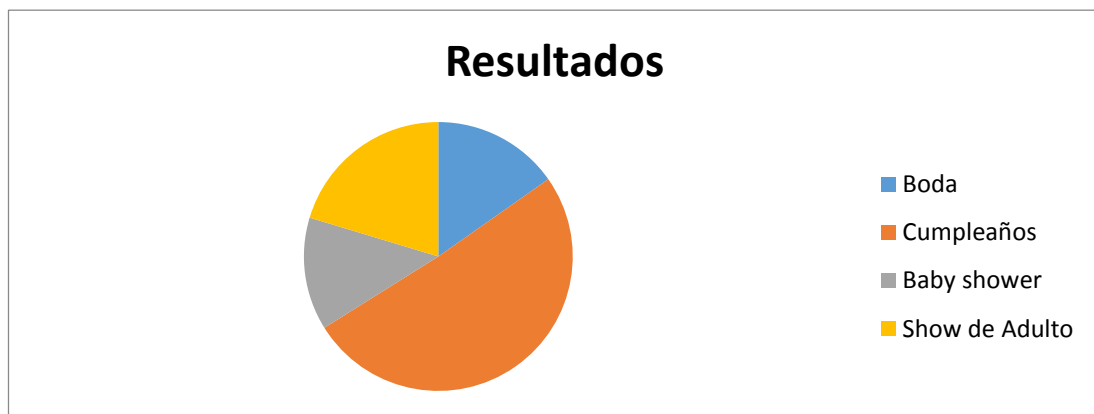
4.- ¿Qué evento tiene en mente celebrar este año?

a) Boda

b) Cumpleaños

c) Baby Shower

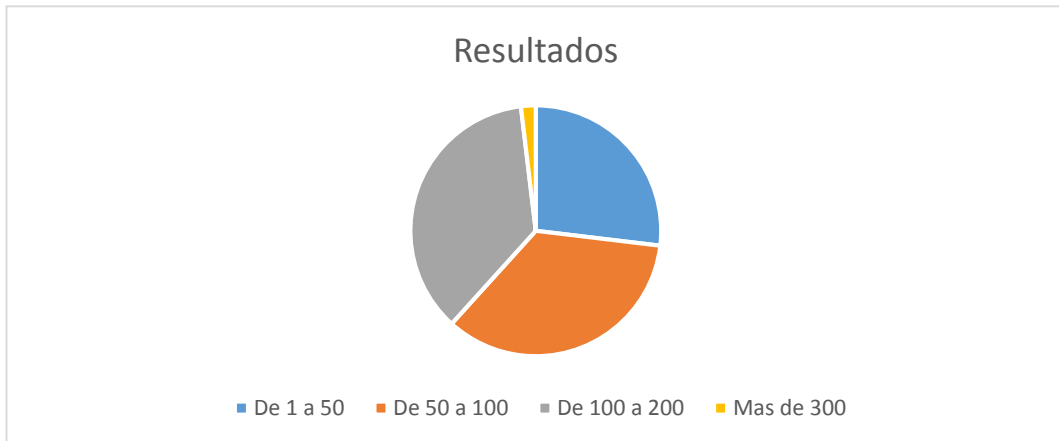
d) show de adulto



Las estadísticas muestran que los clientes tienen pensado realizar cumpleaños.

5.- ¿Cuántas personas invitaría a su evento?

- a) De 1 a 50
- b) De 50 a 100
- c) De 100 a 200
- d) Más de 300



Los clientes prefieren invitar a más de 100 invitados

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto Usted a pagar por el servicio?

- a) \$60
- b) \$120
- c) \$160



Según los resultados expuestos en la pregunta 6, muestran que los clientes están dispuestos a pagar entre \$60 a \$120.

7.- ¿Te gustaría que la empresa se encargue de las decoraciones y la atención a tus invitados en tu fiesta?

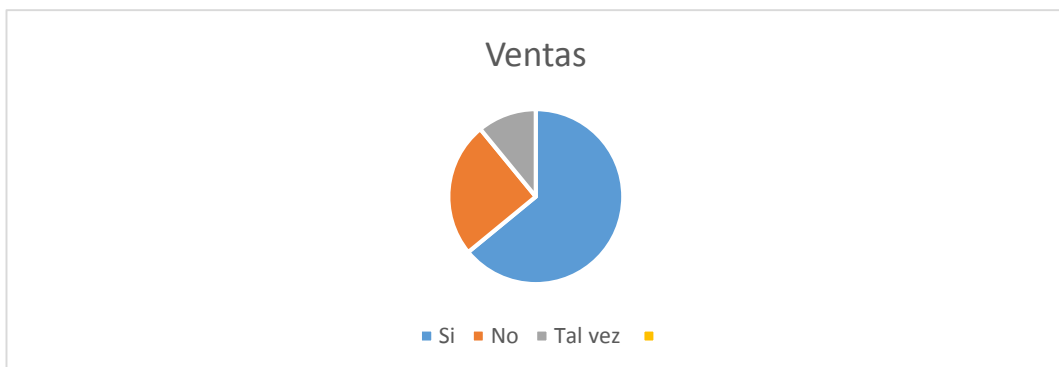
- a) Si
- b) No
- c) Puede ser



La mayoría de los clientes prefieren que la empresa organice la decoración de sus fiestas.

8.- ¿Sugeriría que la empresa mejore en su servicio?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez



Los resultados expuestos no dan en esta pregunta que la mayoría de los clientes exigen a la empresa mucho más.

9.- ¿Cree usted que existe personal calificado en la empresa?

a) Si

b) No



Los clientes han expresado por medio de la pregunta 9, que si existe personal calificado en Didis's Show.

10.- ¿Recomendaría nuestros servicios a demás familiares o amigos?

a) Si

b) No

c) Tal vez



Los clientes si recomendarían nuestros servicios a demás personas.

11.- ¿La empresa cumple con lo establecido en su servicio?

a) Si

b) No



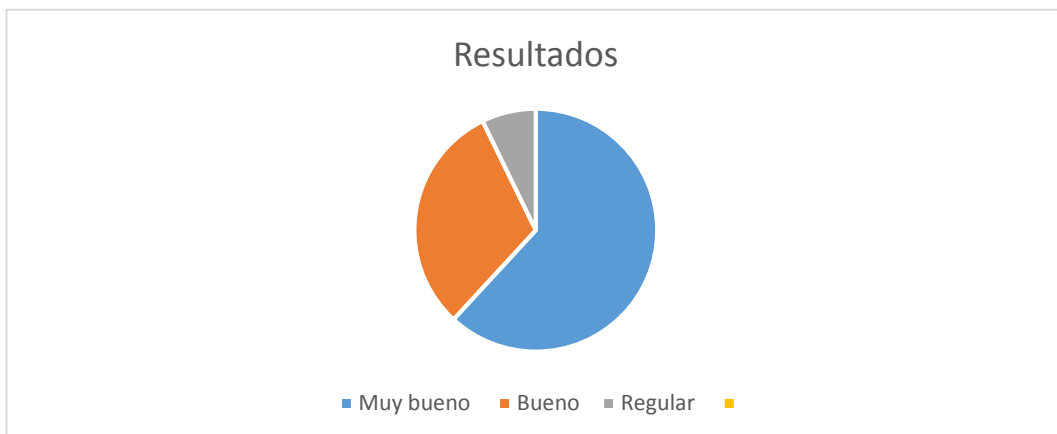
Los resultados expuestos muestran que los clientes se sienten conformes con lo que ofrecemos dentro de los combos.

12 ¿Considera usted que es necesario que la empresa Didi's-Show, diseñe un plan de estrategias para captar mayor número de clientes?

a) Muy bueno

b) Bueno

c) Regular



Mayor parte de los clientes expreso que es necesario implementar un plan de estrategia para captar mayor número de clientes.

PROPUESTA DE PLAN DE MEJORAS

Considerar que la empresa Didi's Show, diseñe un plan de estrategias para captar mayor número de clientes.

Se realizara un plan de mejora con el cual vamos a superar las expectativas de los clientes, utilizando estrategias para marcar la diferencia y ser una empresa reconocida prestando los servicios de Eventos sociales a nivel nacional, contando con un personal eficiente y que cubra por completo las necesidades del cliente.

El plan se toma a considerar ya que se ha presentado disminución de clientes en la empresa Didi's Show, lo cual está generando una insatisfacción en el mismo.

por lo tanto, nuestra empresa de eventos sociales tomara los correctivos para beneficios de nuestros usuarios y de la misma.

PLAN DE MEJORA

Es importante que la empresa **DIDI'S SHOW** desarrolle técnicas y estrategias para mejorar la atención al cliente y de manera fidelizar a los mismos y así alcanzar las metas deseadas teniendo el mayor éxito posible.

El plan señala que la empresa debe implementar una estrategia organizacional de eventos para la recuperación de clientes, actualizar al personal encargado de llevar a cabo los eventos.

Es indispensable que la empresa haga cambios en los combos, ya que el cliente es la pieza fundamental de toda organización y básicamente el plan va dirigido a ellos para satisfacer sus necesidades de tal manera que los trabajadores aportaran una buena atención con iniciativas y conocimiento, es muy importante las opiniones de los clientes ya que se afianza la relación empresa / mercado.

Y también permite identificar las debilidades del negocio y aplicar acciones de mejora continua.

DESARROLLO DEL PLAN DE MEJORA

1.- Se recomienda como parte fundamental que el personal tenga capacitaciones referentes a eventos sociales.

2.- Brindar una capacitación al personal en atención al cliente.

3.- Se recomienda la realización de combos promocionales para clientes fijos.

4.- Realización de volantes publicitarios, publicidad mediante redes sociales y cuñas publicitarias en la radio.

5.- Se recomienda la preparación constante de nuestros colaboradores en dinámicas, animación, hora loca y arreglos de salón.

6.- Actualización de base de datos de los clientes.

CONCLUSIONES

Basado en la encuesta realizada a los clientes de la empresa Didi's Show, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Se encuentra que gran parte de los clientes prefieren realizar sus eventos en casa. Por lo cual esta variable no necesita acciones correctivas.
- Se le pregunto a los clientes que cuanto estarían dispuestos a pagar y los estándares de resultados arrojaron que están dispuestos a pagar por el servicio más de \$60. Esta variable no requiere acciones correctivas.
- Les gustaría que la empresa se encargue totalmente de la decoración, gran parte de los clientes respondió que si a esta pregunta. Esta variable requiere acciones correctivas.
- Sugerirían que la empresa mejore su servicios, gran parte respondió que sí. Esta variable requiere acciones correctivas.
- Recomendarían nuestro servicio, los clientes respondieron que sí. Esta variable no necesita acciones correctivas.
- Es necesario que la empresa Didi's Show, diseñe un plan de estrategias para captar clientes, los clientes respondieron que sería muy bueno. Esta variable requiere acciones correctivas.

RECOMENDACIONES

- Se debe realizar cambios en el manejo y administración del negocio inspirado en el aumento del capital de inversión para su mejor funcionamiento.
- En cuanto al financiamiento se buscara analizar los distintos créditos que actualmente ofrecen las instituciones bancarias y las posibilidades de pago, su evaluación económica y la recuperación del proyecto que permite comprobar la facilidad del mismo.
- Tener una relación fuerte con los clientes, proveedores, y trabajadores de Didi's Show para encontrar un equilibrio estable en las actividades que cada uno desempeña, y para que la empresa Didi's Show, pueda funcionar de la mejor manera y no solo tenga una vida útil de tres años.
- Establecer acciones correctivas en base a investigaciones periódicas con resultados orientados a identificar la evolución de la oferta y nuevas tendencias y técnicas que exige el mercado dentro del sector de los eventos sociales.

BIBLIOGRAFIA

Anzilutti, (2019). Ineventos.com. Perú:

Bemsibre, Cecilia. (2009). Definición de aumento, definición ABC
<https://www.definicionabc.com/general/aumento.php>

Garbin, Luciane. (2019). Baby center. España:
<https://espanol.babycenter.com/a10700032/diferencias-entre-nuestras-fiestas-y-las-celebraciones-de-eeuu>

Hernandez, R., Fernandez, C., Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. (5ta Ed). México DF. Mc Graw Hill intersmericano. Recuperado 2013.

Jara, Gustavo. (2012). Procesos en los servicios y en las funciones de un responsable de proceso, blog visión de servicio.

López, Luis. (2004). Población muestra y muestreo. Punto cero. Recuperado 2017, Bolivia.
https://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1815-02762004000100012

Peña, Enrique; Sánchez Christian. (2015). *Planeación estratégica de marketing infantil y de control interno para la empresa de eventos "Magic" dirigido a los niños de clase socio-económica media alta de la ciudad Guayaquil*. Tesis obtención de título de ingeniero comercial. Universidad Politécnica Salesiana. Ecuador. Guayaquil, Ecuador.

Palomino, Manuel. (2018). *Dramaturgia asturia+na contemporánea*. Usa: Lulú.

Pérez, Julián. (2011). Definición de: definición cliente potencial. Recuperado 2014.
<https://definicion.de/cliente-potencial/>

Palella, Santa y Martins Filiberto. (2010). Tipos y diseño de la investigación. Recuperado 2013.

https://planificaciondeproyctosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseño-de-la-investigacion_21.html?m=1

Wells, Paul. (2009). *Fundamentos de la animación*. (2da Edición Ed). Málaga, España: Parramon.

<https://www.eluniverso.com/2011/03/22/1/1356/15-aumenta-demanda-salones-eventos.html>

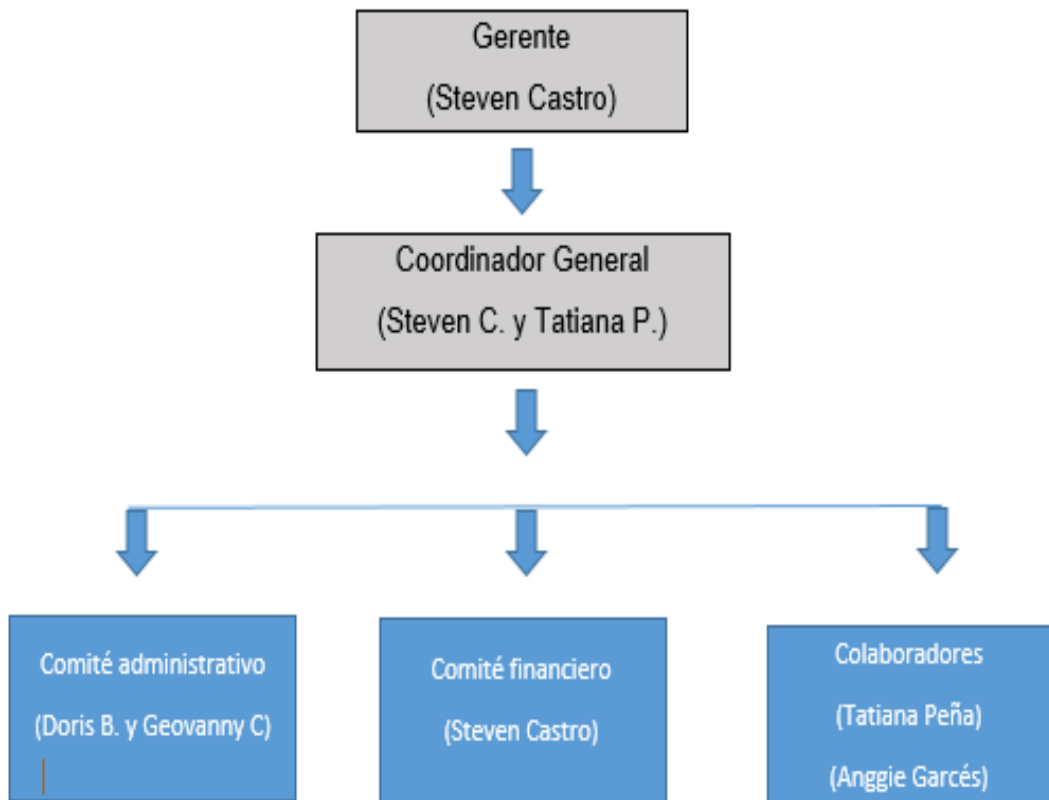
ANEXOS



Señor Steven Castro Barthón egresado de la carrera Administración de Empresas explicando a las clientas de Didi's Show como deben de llenar las encuestas



Organigrama de Didi's - Show



GRACIAS POR SU VALIOSA ATENCIÓN



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

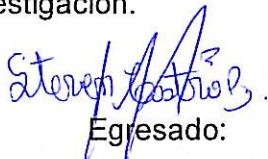
En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: "Propuesta de una estrategia organizacional de evento para la recuperación de clientes en la empresa Didi's – show de fiestas infantiles y empresariales". Y problema de investigación: ¿Cómo incide la inestable organización de eventos en la disminución de clientes de la empresa de Didi's – show orientada a fiestas infantiles, en el cantón Guayaquil en el periodo 2019?, presentado por Steven Giovanni Castro Barthon como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.


Egresado:

Castro Barthon Steven Giovanni Ing. Com.  Tutor
Mba. 

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.*

Wiss Alberto Akatep  Wiss Alberto Akatep

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma